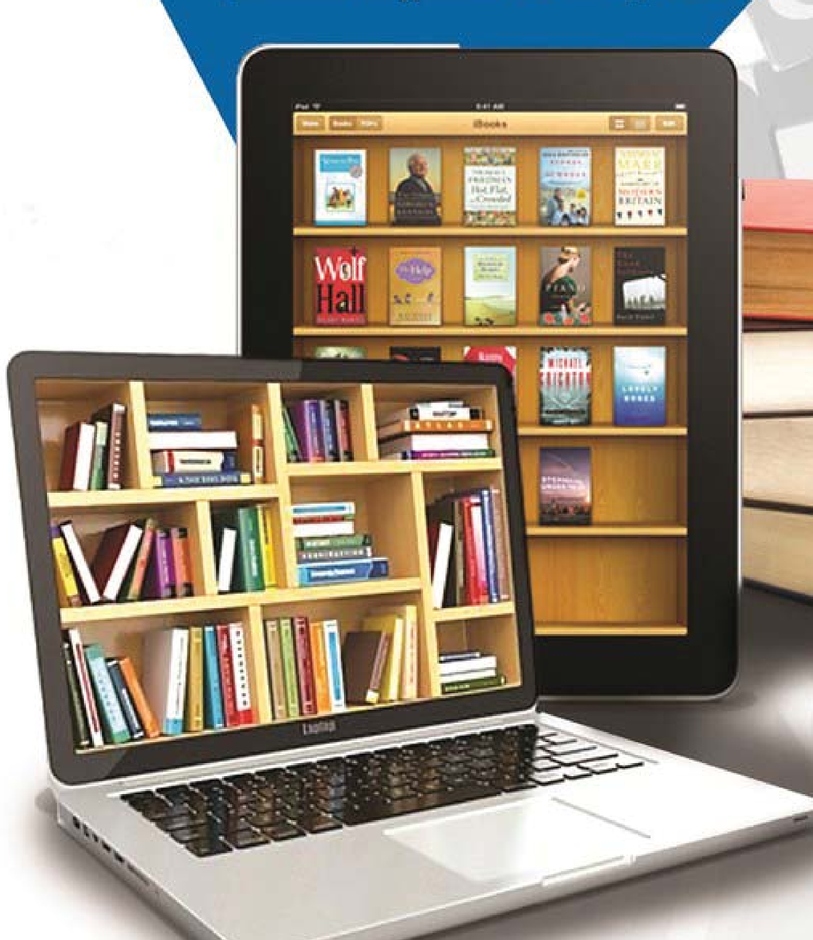
الإعلام التربوي

سياساته - تخطيطه

تأليف

د/ وفاء السيد خضر



دار الفجر للنشر والتوزيع

الإعلام التربـوي

سياساتـه - تخطيطـه

الإعلام التربـوي

سياساتـه – تخطيطـه

الطبعة الأولى 2017

تأليـــف : د/ وفاء السيد خضر

رقم الإيداع : 26257

ISBN : 978-977-358-359-0

الناشر

دار الفجر للنشر والتوزيع

4 شارع هاشم الأشقر - النزهة الجديدة
القاهرة - مصر
تليفون: 26242520 – 26246252(00202)
فاكس: 26246265 (00202)
Email: info@daralfajr.com

الإعلام التربوي

سياساتـه - تخطيطـه

تأليف

د/ وفاء السيد خضر
مدرس الإعلام التربوي _ كلية التربية النوعية
جامعة طنطا

دار الفجر للنشر والتوزيع

2017

بسم الـلـه الرحمن الرحيم

رَبَّنَا لاَ تُزِغْ قُلُوبَنَا بَعْدَ إِذْ هَدَيْتَنَا وَهَبْ لَنَا مِن لَّدُنكَ رَحْمَةً إِنَّكَ أَنتَ الْوَهَّابُ {8} رَبَّنَا إِنَّكَ جَامِعُ النَّاسِ لِيَوْمٍ لاَّ رَيْبَ فِيهِ إِنَّ الـلـه لاَ يُخْلِفُ الْمِيعَادَ {9}

صدق الـلـه العظيم

إهـداء

" إلى من وهبني اللـه إياهم ... وأدعوه أن يبارك لي فيهم "

أبنائي "يمنى وعمرو وكريم "

أهدي هذا الكتاب

المحتويات

الموضـــــــــوع	الصفحـة

الموضـــــــــوع	الصفحة

الموضـــــــــوع	الصفحة

المقدمة:

الإعلام التربوي هو إعلام متخصص يعمل على غرس المبادئ والأهـداف والقـيم التربويـة والأخلاقيـة والاجتماعيـة الـسليمة لجميـع أفـراد المجتمـع والطـلاب في المـدارس ومـساندة وتـدعيم العمليـة التعليمية في تحقيق أهدافها، وذلك عن طريق وسائلة العامة في المجتمع والمتخصـصة في المـدارس، من خلال مضامين إعلامية ملتزمة وهادفـة تـدعو إلى تنميـة وزيـادة وعـي وثقافـة أفـراد المجتمـع وجعلهم يشعرون بتحمل المسئولية، وإكسابهم القدرة على التعامل الواعي مع وسـائل الإعـلام مـن أجل مواجهة التحديات والأخطار المختلفة، بما يعمل على تماسك البنية الداخلية للمجتمع والنهوض به وتطويرة وتحصينه وتحقيق أساليب التنمية الشاملة فيه.

ولكي يُحقق الإعلام التربوي أهدافه في المجتمع فلا بد من أن يقوم على أسس علمية سليمة وتكـون له سياساته الواضحة المحددة، وخططة المتقنة الدقيقـة التـي تعمـل عـلى تنفيـذ تلـك الـسياسات وتحقيقها على أرض الواقع، وعلى هذا فلقد حاولت من خلال هذا الكتاب أن أتصور إمكانية وضـع سياسة للإعلام التربوي تؤصلة وتوضح عملة وأهدافه بدقة في المجتمع وتكـسبة مـصداقية وأهميـة وتساهم في تحقيقها وتكون واضحة ومحددة لكل من يهتم بهذا المجال.

وعلى هذا فلقد قمنا بتقسيم هذا الكتاب إلى فصلين يتضمن كل منهما عدة مباحث، تحدث الفصل الأول عن "سياسات الإعلام التربوي في مصر" وتناول الفصل الثاني "تخطيط الإعلام التربوي".

بالنسبة "للفصل الأول" من هذا الكتاب والذي تناول "سياسات الإعلام التربوي" فلقد حاولنا فيه أن تضع سياسة واضحة ومحددة ومفهومـة للإعـلام التربـوي، وتـصورنا أنـه لـكي نـستطيع وضـع هـذه السياسة فإنه لا بد من إلقاء الضوء على سياسات الإعـلام والإتـصال وساسـيات التربيـة والتعلـيم في مصر لأنه لا بد أولاً أن نفهم تلك السياستان، لأن الإعلام التربوي يجمع بـين وسـائل الإعـلام العامـة والتربية والتعليم وهو نتاج للتعاون المشترك بينهما، وسياساته تقوم في الأساس على تلـك الـسياستين وتعتمد عليهما وتشتق منهما.

وعــلى هــذا فلقــد تناولنــا في "المبحــث الأول" : مــن "الفــصل الأول" "سياســات الإعــلام

والإتصال في مصر" ، من حيث تعريفها ومبادئها وأبعادها الإستراتيجية الإعلامية بوجه عـام، ومزايـا السياسة الإعلامية المكتوبة، وأهمية وضع سياسة واضحة لوسائل الإعلام والاتصال والأمـور الواجـب مراعاتها عند وضع تلك السياسة، والسياسة الإعلامية في مصر، وسياسات الإعلام في العالم العربي.

وتحـدثنا في " المبحـث الثـاني" : عـن " سياسـات التربيـة والتعلـيم في مـصر " ، مـن حيـث تعريفهـا وطبيعتها وأهدافها وأسسها ومبادئها، وخطـوات تحديـدها، وإجـراءات وضـع الـسياسة التعليميـة، وطرحنا أمثلة على الـسياسات التعليميـة في مـصر في فـترات زمنيـة مختلفـة، وتعرضـنا لمـشكلاتها، وطرحنا بعض الحلول الممكنة لتلك المشكلات.

تناول " المبحث الثالث " : " تصور مقترح لسياسات الإعلام التربوي في مـصر " مـن حيـث تعريفهـا وميزاتها ومصادر إشتقاقها، والأسس التـي تقـوم عليهـا وأبعادهـا، ومزايـا وضـع الـسياسة واضـحة للإعلام التربوي، ومـسئولية وضـع وبنـاء تلـك الـسياسءة، والمبـادئ التـي تقـوم عليهـا، والخطـوات الواجب إتباعها لتحديد ووضع سياسة للإعلام التربوي، ومراحل وضع تلـك الـسياسة وأهـدافها، ثـم تصور مقترح لسياسة للإعلام التربوي في مصر.

وبالنسبة "للفصل الثاني" : من هـذا الكتـاب فلقـد تحـدثنا فيـه عـن إمكانيـة وضـع تـصور مقـترح لتخطيط علمي سـليم يـصلح لمجـال الإعـلام التربـوي، وهـذا التخطـيط يـستند إلى أصـول ومبـادئ التخطيط في مجال الإعلام والاتصال والتخطيط في مجال التربية والتعليم ويشتق منهما، ولا بـد مـن إلقاء الضوء على التخطيط في هاذين المجالين حتى نستطيع وضع تصور سـليم للتخطـيط في مجـال الإعلام التربوي الذي يعتبر نتاج للتعاون المشترك بينهما.

وعلى هذا فلقد تناول "الفصل الثاني" : من هذا الكتاب "تخطيط الإعلام التربوي"، حيث تحـدثنا في "المبحث الأول" : عن "التخطيط بـصفة عامـة مـن حيـث تعريفـة وأهميتـة ومميزاتـه وخصائـصة وأنواعة ومراحلة وعوامل نجاحه.

وتحدثنا في "المبحث الثاني" : عن "التخطيط في مجال الإعلام والاتصال" من حيث تعريفة وخصائصة ومميزاتة وفوائدة وعناصرة وأنواعة وأولوياته ومراحلة ومقوماته، وأمثلـة عـلى التخطـيط في مجـال الإعلام، وصعوبات ومشكلات التخطيط الإعلامي.

تضمن "المبحث الثالث" : " التخطـيط في مجـال التربيـة والتعلـيم " مـن خـلال مفهومـة وأهميتـة،

وأسباب ومبررات الأخذ به في مجال التربية والتعليم، وضروراته وأهدافه ومميزاتة وفوائدة، وأسسة ومبادئة ومتطلباته وأولوياته وأنواعة وخطواته ومراحلة، ومكونات الخطة، والصعوبات والمشكلات التي تواجة التخطيط في مجال التربية والتعليم.

تحدثنا في "المبحث الرابع" : عن "التخطيط الإستراتيجي (المستقبلي) في مجال التربية والتعليم"، حيث عرفناه، وتحدثنا عن أهميته ومميزاته وفوائدة وأنواعة ومراحلة، وصعوباته ومشكلاته، وعرضنا نماذج للتخطيط الإستراتيجي في مجال التربية والتعليم.

أما "المبحث الخامس" : فلقد تحدثنا فيه عن " تصور مقترح للتخطيط في مجال الإعلام التربوي" ثم إشتقاقة من التخطيط في مجالي الإعلامي والاتصال ومجال التربية والتعليم، حيث تناولنا تعريف التخطيط في مجال الإعلام التربوي وأهمية ومميزاته وفوائدة وأهدافه وأسسة ومبادئة ومتطلباته ومراحلة وأنواعة وأولويات، ومكونات الخطة ومقومات التخطيط وعوامل نجاحة والصعوبات والمشكلات التي تواجهة ، ثم قمنا بوضع نموذج خاص بنا للتخطيط في مجال الإعلام التربوي نموذج " خضر " للتخطيط في مجال الإعلام التربوي ".

أخيراً: أرجو أن أكون قد وفقت في وضع تصور مقترح ممكن لسياسات الإعلام التربوي وتخطيطة يفيد في تأصيل هذا المجال وتدعيم الإستفادة منه، ويُفيد جميع المهتمين والمنتمين لمجال الإعلام التربوي، وعلى حد علم المؤلفة أن هذا هو الكتاب الأول من نوعة الذي يتحدث عن سياسات الإعلام التربوي وتخطيطة، لذا أرجو أن أكون قد وفقت في تصوري هذا، وأن يُفيد هذا المجال ويُمثل إضافة قيمة له ولطلابة.

والله الموفق والمستعان ،،،

المؤلفة

الفصل الأول

سياسات الإعلام التربوي

✍تمهيد:

✍المبحث الأول: سياسات الإعلام والاتصال.

✍المبحث الثاني: سياسات التربية والتعليم.

✍المبحث الثالث: سياسات الإعلام التربوي

الفصل الأول

سياسات الإعلام التربوي

تمهيد

يقوم الإعلام التربوي في المجتمع بدور هام وفعال، ويزداد هذا الدور أهمية وفاعلية إذا استثمر الإعلام التربوي بصورة صحيحة، يكون فيها تعاون بين مهنية وتقنية وسائل الإعلام الحديثة والخبراء والمتخصصين في مجال التربية والتعليم، بحيث يتواجد الإعلام التربوي في جميع مؤسسات الدولة، وليس بالمدارس وحدها.

وفي هذا الفصل سوف نتحدث عن سياسات الإعلام التربوي، ولكي نتحدث عن سياسات الإعلام التربوي، لا بد لنا من أن نلقي الضوء على "سياسات الإعلام" "وسياسات التعليم" ومفهوم كل منهما حتى نستطيع أن نفهم تلك السياسات، لأن الإعلام التربوي هو نتاج تعاون وسائل الإعلام ووسائل التربية والتعليم من أجل رفعة الوطن وتقدمه وتحقيق الأهداف التربوية والإعلامية السليمة في المجتمع.

إن كلمة سياسة مصدرها في اللغة كلمة (ساس) بمعنى تسيير الأمور ورعاية الشئون والسياسة هي توثيق رسمي لتوقعات ونوايا الإدارة أو المؤسسة وتستخدم السياسات لتوجيه القرارات ولضمان التطوير والتنفيذ الملائم والمتوافق مع العمليات والمواصفات القياسية والأدوار والأنشطة وغيرها.

في الموسوعة الحرة (ويكبيديا) عرفت السياسة بأنها "الإجراءات والطرق التي تؤدي إلى إتخاذ قرارات من أجل المجموعات والمجتمعات البشرية"، ومع أن هذه الكلمة ترتبط بسياسات الدول وأمور الحكومات، إلا أنها يمكن أن تستخدم للدلالة على تسيير أمور أي جماعة وقيادتها ومعرفة كيفية التوفيق بين التوجهات الإنسانية المختلفة والتفاعلات بين أفراد

المجتمع الواحد، بما في ذلك التجمعات الدينية والأكاديمية والمنظمات.

وتعرفها موسوعة "العلوم السياسية" الصادرة عن جامعة الكويت نقلاً عن معجم رويتر " إن السياسة هي فن إدارة التجمعات الإنسانية".

وفيما يلي نتحدث عن " سياسات الإعلام " و " وسياسات التربية والتعليم" ثم نخلص في النهاية لرؤية المؤلفة حول "سياسات الإعلام التربوي".

المبحث الأول

سياسات الإعلام والاتصال في مصر

تعريف السياسة الإعلامية.

1. مبادئ سياسات الإعلام والإتصال.
2. أبعاد سياسات الإعلام والإتصال.
3. أبعاد الإستراتيجية الإعلامية بشكل عام.
4. مزايا السياسة الإعلامية المكتوبة.
5. أهمية وضع سياسة واضحة لوسائل الإعلام والإتصال.
6. ما يجب مُراعاته عند وضع السياسات الإعلامية.
7. السياسة الإعلامية في مصر.

- أركان السياسة الإعلامية المصرية.
- أهداف سياسة الإعلام والاتصال في مصر.
- السياسة الإعلامية المصرية في بداية القرن 21.
- مواثيق الشرف الإعلامية كجزء من السياسة الإعلامية.

8. سياسات الإعلام في العالم العربي.

- أهم ملامح سياسات الإعلام في العالم العربي.
- أهداف السياسات الإعلامية في العالم العربي.
- الصعوبات أمام السياسة الإعلامية العربية الموحدة.
- السياسة الإعلامية العربية المشتركة التي وضعها جامعة الدول العربية.

المبحث الأول

سياسات الإعلام والاتصال في مصر

السياسة الإعلامية مفهوم متعدد المجالات ومتنوع التعريفات فهو يرتبط بمجالات الإعلام والاتـصال، ويرتبط بالنظام الـسياسي مـن حيـث الـشكل والمـضمون، ويـرتبط بالتـالي بالدولـة وبوزنهـا الـدولي وبالمنطقة الجغرافية التي توجد فيها، كما يرتبط بمفاهيم أخـرى كثيرة، فالـسياسة الإعلاميـة تعنـي الإستراتيجية الإعلامية للدولة بما فيها الأهداف والسياسات التنفيذيـة لهـا، فهـي جـزء لا يتجـزأ مـن السياسة العامة للدولة .

تطلق مصطلح السياسة الإعلامية على المبادئ والأهـداف التـي يرتكـز عليهـا الإعـلام في أي مجتمـع ويتطلبها، وتعتبر جزءاً مـن الـسياسة العامـة للدولـة، فالـسياسات الإعلاميـة هـي مجمـوع المبـادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه عمليات تنظيم وإدارة ورقابة وتقييم وموائمة نظم وأشـكال الاتصال المختلفة وبصفة خاصة وسائل الاتصال الجماهيري والأجهزة الرئيسية للمعلومات، من أجل تحقيق أفضل النتائج الاجتماعية الممكنة في إطار النموذج السياسي والاجتماعـي والاقتـصادي الـذي تأخذ به الدولة، فالسياسة الإعلامية ليست قيداً على حرية الرأي بل هي إطار عام للرسالة الـسامية التي يؤمن بها المجتمع، أو هي صياغة جديدة للتعبير عن السياسة العامة للدولة .

وتمثل السياسةالإعلامية المصرية جـوهر الـسياسة الإعلاميـة لـدول الـشرق الأوسـط والعـالم العـربي، فالموقع الجغرافي والعمق الإستراتيجي لمصر وسط العالم القديم والحديث وبين الحضارات المختلفـة، يخلق استراتيجيات ودوائر عديـدة للـسياسة الخارجيـة وللـسياسة الاقتـصادية وللـسياسة الإعلاميـة ولمختلف العلاقات الدولية.

1- تعريف السياسة الإعلامية:

السياسة الإعلامية: هي مجموعة المبـادئ والقواعـد والتوجيهـات والممارسـات والـسلوكيات الواعية التي يقوم عليها النظام الإعلامي في زمن مُعين لتلبية احتياجـات بعينهـا مـن خـلال

الاستخدام الأمثل للإمكانيات المادية والفنية والبشرية.

السياسة الإعلامية هي: مجموع المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه عمليات تنظيم وإدارة ورقابة وتقييم ومواءمة نظم وأشكال الاتصال المختلفة وعلى الأخص وسائل الاتصال الجماهيري والأجهزة الرئيسية للمعلومات من أجل تحقيق أفضل النتائج الاجتماعية الممكنة في إطار النموذج السياسي والاقتصادي والاجتماعي الذي تأخذ به الدولة.

السياسة الإعلامية: تعني الإستراتيجية الإعلامية للدولة بما فيها الأهداف والسياسات التنفيذية لها، وهي جزء لا يتجزأ من السياسة العامة للدولة.

تعريف السياسة العامة: تتمثل في مجموعة أو سلسلة من القرارات تتعلق بمجال معين كالتعليم أو الإعلام أو الصحة.

السياسة العامة: هي منهج قصدي أو هادف يتبعه فاعل (من ينفذه) أو أكثر في التعامل مع مشكلة ما، أو هي مجموعة قرارات يتخذها فاعلون معروفون بهدف تحقيق غرض عام.

السياسة العامة هي: ما تفعله أو لا تفعله الحكومة.

2- مبادئ سياسات الإعلام والاتصال:

إن الأساس الذي تقوم عليه السياسة الإعلامية هو مبدأ ديمقراطية الاتصال الذي يتكون من ثلاث ركائز أساسية هي "الحق في الاتصال، الانتفاع، المشاركة" وذلك كما يلي:

- الحق في الاتصال:

يستند "الحق في الاتصال" إلى الحق الطبيعي للفرد في أن يتجمع مع الآخرين وأن يعبر عن نفسه وأن يعرف، وينطبق هذا الحق على المجتمعات والأمم، ذلك أن الإعلام بمفهومه الاجتماعي نشأ لتلبية حاجة الإنسان إلى الاتصال وهي حاجة إنسانية نشأت منذ نشوء المجتمعات البشرية، ويدخل ضمن الحق في الاتصال حق الفرد في الرد على المعلومات والأفكار التي أسندت إلى فرد أو مجتمع بعينه.

- الانتفاع:

الانتفاع يعني أن تكون وسائل الاتصال والمعلومات متاحة لكل فرد في المجتمع، بمعنى أن لا تكون حكراً للصفوة دون غيرهم حتى لو كانت تلك الصفوة أقدر على الاستفادة منها، وألا تكون وقفاً على سكان المدن دون الريف أو البادية أو المناطق المعزولة، وألا يختص بها المتعلمون دون غيرهم من الأميين، وألا تفتقر في التعبير عن فئة اجتماعية معينة وتهمل الفئات الأخرى وهكذا..، ولكن ليس معنى هذا ألا تكون هناك وسائل اتصال أو رسائل متخصصة لأي من الفئات السابقة، لكن المقصود هو إتاحة وسائل الاتصال وفرص الإنتفاع بها لكل الفئات في المجتمع لكي تتواصل فيما بينها ومع الآخرين، والعمل على عدم حرمان أي منها من هذا الحق.

- المشاركة:

المقصود في هذا الإطار تحقيق أكبر قدر من المشاركة العامة في العملية الاتصالية بحيث لا يقتصر دور الأفراد والفئات الاجتماعية المختلفة على مجرد التلقي للرسائل الإعلامية، بل المشاركة الإيجابية في تخطيط وتنفيذ الاتصال، لأنه لو لم يشترك الجمهور في هذا فإنه يعتبر إمتهان لعقلية المواطن واستهانة بحاجاته ورغباته، فالمشاركة الفعالة من قبل الجمهور في عملية الاتصال تؤدي إلى زيادة فعاليتها وقوة تأثيرها، فهي التي تضمن استجابة الوسائل والرسائل الاتصالية للاحتياجات الاتصالية والثقافية للفئات الاجتماعية المختلفة، بحيث لا تنعزل جماهير المتلقين عن العملية الاتصالية، لأنهم هم عنصر فيها.

3- أبعاد سياسات الإعلام والاتصال:

إن الهدف الأساسي من الاهتمام بالسياسات الإعلامية والاتصالية هو محاولة رسم سياسات مستقبلية تتسم بالتكامل ووضوح الأهداف وتحديد المسارات وتوزيع المسئوليات بالإستفادة من نتائج الممارسات السابقة، والأهداف المحددة لخطط التنمية الإقتصادية والإجتماعية والثقافية، كما أن رسم سياسات إتصالية وإعلامية شاملة يُعد الوسيلة الأمثل لتحق قدر كبير من الفعالية للممارسات الإعلامية المختلفة، وتجنب التناقض أو التكرار في السياسة

الإعلامية، مما يؤدي إلى إهدار المواد المالية والفنية والبشرية.

وتوجد أبعاد للسياسات الإعلامية والاتصالية، نتحدث عنها فيما يلي:

- البعد الإتصالي: ويتناول دور الاتصال في تلبية الإحتياجات المختلفة للجمهور مثل الحق في الاتصال في إطار السياسة العامة للدولة وخط سير الاتصال ومدى ما يحقق من مشاركة.

- البعد الإجتماعي: ويأخذ في الأعتبار التركيب السكاني (الديموغرافي) القائم وإتجاهاته في المستقبل وتوزيع السكان جغرافياً على أجزاء الوطن ومدى مراعاة النشاط الإتصالي لهذا التركيب، ومدى ملائمة النشاط الإتصالي لإتجاهات المستقبل، والإختلاف في مستويات التعلم والدخل وتوزيع السكان بين الريف والحضر والمناطق الصحراوية.

- البعد التشريعي: يدخل في هذا البُعد النصوص القانونية المتصلة بالنشاط الإتصالي أياً كان موقعها ومصدرها، بمعنى أن تكون هذه النصوص متضمنة في الدستور أو القوانين العامة أو الخاصة مثل قوانين الصحافة، أو اللوائح أو المذكرات التفسيرية، وما يدخل في هذا الإطار.

- البعد الإقتصادي والمالي: يتناول هذا البعد كيفية تمويل عمليات إنشاء وتشغيل مرافق الاتصال المختلفة وشكل إدارتها الإقتصادية.

- البعد التنظيمي والإداري لمرافق الاتصال ومؤسساته: هذا البعد يتضمن أشكال التخطيط والمتابعة، والتنسيق بين مرافق الإعلام والاتصال المختلفة والمرافق الأخرى التي يتعلق نشاطها بالاتصال كمؤسسات التربية والثقافة.

- البعد التكنولوجي: ويتضمن أنواع التكنولوجيا الإتصالية المستخدمة، ومدى كفاءتها وملائمتها لتلبية الإحتياجات الإعلامية المستهدفة، والظروف التي أدت إلى إختيار هذه التكنولوجيا، والجهة صاحبة القرار، ووسائل توطين هذه التكنولوجيا والتدريب على تشغيلها وصيانتها والمؤسسات الخاصة ببحوث التكنولوجيا.

- البعد الخاص بالمعلومات: ويتمثل هذا البعد في شكل العلاقة بين نظم الإعلام

والاتصال ونظم خدمات المعلومات سواء كانت موجهة لخدمة إدارة المؤسسات الإعلامية أو متعلقة بإقامة قواعد معلومات بيلوجرافية وبنوك بيانات إحصائية متخصصة، ومدى إستخدام خدمات المعلومات لشبكات وقنوات الإتصال.

- البعد المهني: يقصد بهذا البعد المعايير التي تتخذ في إختيار المشتغلين بالاتصال وتدريبهم ورفع مستواهم المهني، وكذلك القواعد المتبعة لضبط السلوك المهني وحماية الإعلاميين.
- البعد الإنمائي: يتناول هذا البعد خطط التنمية الإقتصادية والإجتماعية والعلمية والثقافية، خاصة ما يتعلق منها بالتعليم النظامي وتعليم الكبار ومدى ملائمة النشاط الإتصالي وخدمته ومساهمته في هذه الخطط.
- البعد الخاص بالبنى الأساسية المتصلة بالنشاط الإتصالي: ويقصد هنا المواصلات وشبكات الاتصال السلكية واللاسلكية والإتصالات الفضائية.

4- أبعاد الإستراتيجية الإعلامية بشكل عام:

الإستراتيجية الإعلامية تقوم في كل بلد على مقومات عديدة، وهي أساس السياسة الإعلامية، فلا سياسة إعلامية بدون إستراتيجية إعلامية واضحة ومحددة الملامح، وبدون أهداف تحققها هذه السياسة الإعلامية، لأن السياسات الإعلامية ما هي إلا برامج لتنفيذ الأهداف الإستراتيجية للسياسة الإعلامية الوطنية، وفيما يلي نتعرض لأبعاد الإستراتيجية الإعلامية بشكل عام:

- البعد التشريعي: ويقصد به القواعد التي لها صفة الإلتزام والمتصلة بالنشاط الإعلامي والإتصالي والتي تتولى تنظيم ممارسته ووضع المعايير التي تحكم أنشطته، وبعض هذه التشريعات يتصل بالمضمون، وبعضها يتصل بالمؤسسات الإعلامية، وآخر بالمهنة، ومصادر هذه التشريعات الدستور، والقانون الجنائي، وقوانين الصحافة أو المطبوعات والمواثيق المهنية.
- البعد الإقتصادي: وهو بعد هام جداً في مجال الإعلام، فإن لصناعة الإعلام إقتصادياتها مثل إقتصاديات أي صناعة أخرى، وهي صناعة قائمة بذاتها وتحتاج إلى

رؤوس أموال ضخمة وتتميز بالمنافسة الشديدة، كما تنطوي المشروعات الإعلامية على نسبة كبيرة من المخاطرة، وتتطلب مرافق ومعدات وتسهيلات للإنتاج والتوزيع وهي التي يحتاجها النشاط الإتصالي في كافة مراحله.

- البعد التكنولوجي: وهو التطور التكنولوجي الكبير الذي طرأ على مجال الإعلام، وأثر بشدة على نظم الإتصال، وهذه الثورة التكنولوجية تحمل فرصاً كبيرة، لكنها غير متاحة للجميع لأسباب سياسية، وإقتصادية، وعلى هذا كان لا بد من إستخدام تكنولوجيا غير مُكلفة بحيث يمكن من خلالها تحقيق نفس أهداف الإعلام.

- البعد الإجتماعي: يتمثل هذا البعد الاجتماعي للإستراتيجية الإعلامية في جانبين، الأول: يهدف إلى تعزيز الثقافات الوطنية، مع عدم إهمال الثقافات الأخرى، والسعي لغرس روح المبادرة والاعتماد على النفس، والإبتكار والإبداع، والتأكيد على بعض القيم مثل التعاون والمشاركة وروح الجماعة، مع إيجاد نوع من التوازن بين الرسائل التي تهتم بالجوانب الثقافية والتعليمية والترفيه والتسلية بما لا يتعارض مع القيم الاجتماعية واحترام حقوق الإنسان، أما الجانب الثاني: فيتمثل في القيود الاجتماعية أي العقبات الخاصة بظروف المجتمع الذي تعمل فيه وسائل الاتصال الجماهيري، وتوثر عليها الأوضاع الاجتماعية المتعلقة بظروف عمل الوسائل نفسها، والمطلوب التخلص منها عند رسم الإستراتيجية الإعلامية.

- البعد الجماهيري: وهو عنصر هام جداً في عملية الاتصال يجب أن تهتم به السياسات الإعلامية، بحيث يُصبح الفرد شريكاً إيجابياً في عملية الاتصال أي "ديمقراطية الاتصال"، مع تشجيع الجمهور على إبداء وجهات نظر نقدية فيما يقدم لهم من خلال وسائل الاتصال، فضلاً عن إتاحة المشاركة في الاتصال ووسائله لكل الأفراد دون قيود ثقافية أو اجتماعية أو اقتصادية، ولهذا تكتسب وسائل الاتصال شرعيتها بتعبيرها عن جماهيرها الحقيقية واستجابتها لاحتياجاتها.

- البعد الفكري والثقافي: يهدف البعد الفكري والثقافي في الإستراتيجية

الإعلامية إلى تعزيز الثقافات الوطنية وزيادة الوعي الثقافي لدى المواطنين وتوعيتهم بمستجدات العصر حتى يمكنهم المشاركة والمواكبة الفعلية لواقع العصر الذي يعيشونه.

5- مزايا السياسة الإعلامية المكتوبة:

إن السياسة الإعلامية عندما يتم كتابتها في وثيقة متعارف عليها يكون لها العديد من المزايا وتكون واضحة المعالم ومفهومة، أما لو لم يتم كتابتها فهذا يعني أن تكون الصورة غير واضحة المعالم، وهو ما يجب أن تُبذل الجهود لتفاديه، وعلى هذا فمن المستحسن كتابة السياسة الإعلامية وطبعها في كُتيب وتوزيعها على العاملين بوسائل الإعلام وبعض المؤسسات والجماعات والشخصيات الهامة التي تؤثر في هذه الوسائل أو تتعامل معها سواء بالإعداد أو الإنتاج، لما لهذا من مميزات عديدة من أهمها ما يلي:

- زيادة فعالية العمل الإعلامي.
- تقليل فرص الوقوع في الخطأ.
- عدم الحاجة إلى تكرار القرارات الروتينية ذات الطبيعة المكررة.
- اختصار الوقت الذي يمكن الإستفادة منه لحل بعض المشاكل الأخرى التي قد تطرأ على مسيرة العمل الإعلامي.
- مُساعدة الإعلاميين خاصة الجدد على معالجة القضايا في إطار السياسات المكتوبة، والتي تعتبر مرشداً لهم للقيام بأعمالهم دون سؤال الآخرين.
- ويجب ملاحظة أنه يستحيل كتابة جميع أبعاد السياسة الإعلامية كاملة لإمكانية تغيير بعض المواقف والظروف باستمرار بعد كتابة السياسة الإعلامية من ناحية، وحساسية بعض البنود من ناحية أخرى، ولهذا فمن الضروري توافر قدر من المرونة تسمح بإدخال بعض التغيرات لكي يسهل إجراء الاستثناءات في حالة الضرورة، أو إدخال بعض التعديلات أو الشرح أو التفصيل في بعض بنود السياسة الإعلامية، فضلاً عن أن وضع السياسات الإعلامية المحكمة (المكتوبة) يحتاج إلى وقت وجهد كبيرين.

6- أهمية وضع سياسة واضحة لوسائل الإعلام والإتصال:

إن تأثير وسائل الإعلام على المجتمعات هام جداً، فالإعلام من الأدوات التنفيذية في صنع القرار السياسي، كما أن وسائل الإعلام تؤثر بدرجة كبيرة على القرارات السياسية لأنها تعطي الشعبية أو تحجبها عن صانع القرار، كما أن صانع القرار ينظر إليها كمقياس لرد فعل الناس تجاه سياساته وقراراته.

المهم جداً أن تكون هناك سياسة واضحة ومكتوبة لوسائل الإعلام من أجل أن تقوم بالدور المنوط به لها في المجتمع بصورة سليمة، وحتى لا يكون هناك تلاعب بالسياسات من خلالها، كل إعلامي على حسب هواه ومزاجه الشخصي، ولكي تكون محك يتم الإحتكام إليه إذا إحتاج الأمر إلى ذلك، وأن يقوم كل إعلامي بعمله على أكمل وجه في ضوء تلك السياسات المكتوبة.

- وعلى هذا نتحدث عن أهمية وضع سياسة إعلامية واضحة تمكن وسائل الإعلام من القيام بدورها الهام في المجتمع.
- إن وسائل الإعلام تمد صانعي القرار بالمعلومات بشأن الأحداث الجارية والبيئة السياسية لسياستهم، كما تجعل صانعي القرار والحكومة يشعرون باهتمامات الشعب بطريقة مباشرة بالتعبير عن اتجاهات الرأي العام، أو بطريقة غير مباشرة عن طريق القصص الخبرية التي تُشكل النقاش الجماهيري والرأي العام.

- إن وسائل الإعلام توفر للمسئولين القنوات اللازمة لنقل رسائلهم إلى الجمهور والنخبة داخل الحكومة وخارجها، ومن خلالها تتاح الفرص لشرح سياسات المسئولين ومهاجمة مواقف معارضيهم.

- تتيح وسائل الإعلام للمسئولين إمكانية الحضور في ذهن الجمهور بعرضهم المستمر لنشاطاتهم وصفاتهم الشخصية.

- تؤثر وسائل الإعلام في مواقف متخذي القرار ومواقف الجمهور باتجاه المسئولين والحكومة، وتستطيع التغطية الإعلامية أن تزيد من التأييد الجماهيري لبعض قرارات

وسياسـات القـادة والحكومـات، كـما أن لهـا دور في إحـداث تغـيرات جذريـة في القـرارات والسياسات وخلـق سياسـات جديـدة عنـدما تتطلـب المـشاكل التـدخل الحكـومي، أو نـشرها لمطالب الرأي العام.

- من النقاط السابقة يتضح لنا أهمية وضع سياسة إعلامية واضحة ومحـددة ومكتوبـة لوسـائل الإعلام لما لها من دور هام وخطير في المجتمع.

7- ما يجب مراعاته عند وضع السياسات الإعلامية:

هناك عدة أمور هامة يجب أن يراعيها المسئولون عنـد وضـع سياسـات الإعـلام في مـصر أو أي بلـد آخر، من أجل الإصلاح الإعلامـي خاصـة في الـدول الناميـة، فالإصـلاح الإعلامـي دليـل عـلى الإصـلاح السياسي والاقتصادي والاجتماعي، وعلى هذا فمن الضروري أن يُراعي واضعي الـسياسات الإعلاميـة الحقائق التالية، والتي يمكن أن يُطلق عليها مسلمات عند وضع سياسات الإعلام:

- إن الإعلام من العلوم الحديثة له قواعد وأصول وفلسفة ونظرية، وهو منهج وعملية تقوم على الاهتمام بالجانب الإنساني في الفرد، وعلى هذا يجب أن يعمل على مخاطبة عقل الإنـسان مـن خلال تعليمه وتربيته وتثقيفه وتزويده بـالوعي في مختلـف المجـالات بمعنـى "تنميـة العنـصر البشري"، فالإعلام منهج وعملية تقوم على التنـوير والتثقيـف والإحاطـة بالمعلومـات الـصادقة التي تنساب إلى عقول الأفراد ووجدانهم وتدفعهم إلى العمل من أجل المصلحة العامة، وتخلق فيما بينهم مناخا صحياً يمكنهم من الإنسجام والتكيف والحركة النشطة، وهذا يشير إلى وجـود علاقة إرتباطية ضرورية ومتلازمة بين حركة الحياة والعمل الإعلامي.

- إن الإعلام هو إحدى وظائف الاتصال الجماهيري، فهو يعمل عـلى تنـوير الـرأي العـام، وتغيـير إتجاهاتـه وإمـداده بالمعلومـات المختلفـة، وتفـسير المواقـف الغامـضة وإخبـاره بالمجريـات والأحداث في جميع نواحي الحياة، وهو الأمر الذي يعكـس قـدرة الإعـلام عـلى أن يلعـب دور فعال في القضايا الإنسانية والدولية والقومية وقضايا التنمية.

- إن الإعلام المعاصر وتقنياته وأساليبه الحديثة والمتطورة أصبح متمكناً من آداء دوره وتحقيق أهدافه ووظائفه بتفوق، وهو الأمر الذي يعكس مدى فاعلية هذه الوسائل وتزايد حاجة الأفراد إليها وعدم قدرتهم على الإستغناء عنها، لأنها تمدهم بشتى ألوان المعارف والمهارات وتُشبع حاجاتهم المعرفية والتعليمية في شتى المجالات.

- الدور السياسي لوسائل الإعلام أصبح من الوظائف والأدوار المهمة لها والتي توليها إهتماماً واسعاً ومكثفاً ودقيقاً من خلال إرسال مضامين تهدف إلى التثقيف السياسي والتجنيد السياسي والإعلام السياسي وذلك بالشكل الإعلامي المناسب، ومن خلال القنوات الإعلامية المناسبة، الأمر الذي يرسخ دور الإعلام السياسي، ويدعم قدرة وسائل الإعلام على توجيه الفرد إلى المشاركة السياسية، ويُصبح الإعلام بذلك آداه سياسية ووظيفة سياسية بالدرجة الأولى.

- وضع التشريعات التي تكفل لوسائل الإعلام الوصول إلى المعلومات والحصول عليها من مصادرها الأهلية، وأن تضمن هذه التشريعات محاسبة المسئولين عن حجب المعلومات عن وسائل الإعلام، ومطالبة الهيئات والمؤسسات الحكومية والأهلية بإيجاد الآليات التي تساعد على تدفق المعلومات بدقة وموضوعية.

- العمل على إلغاء كافة القوانين التي تتيح حبس الإعلاميين في قضايا النشر والإذاعة، وإتباع الإتجاه العالمي في الدول المتقدمة الذي يُفضل اللجوء إلى التعويض المالي بدلاً من العقوبات المانعة للحريات، وتكون العقوبات المانعة للحريات في الجرائم التي يخشى فيها على حياة المواطنين أو أموالهم.

- إلغاء كافة القيود التي تعوق إصدار الصحف وإعطاء الأشخاص الطبيعيين حق إصدار الصحف وملكيتها، وإلغاء النصاب المالي الذي يشترطه القانون لإصدار الصحف.

- تحرير إتحاد الإذاعة والتليفزيون والشركات التابعة له من أية قيود بيروقراطية تعوق الآداء الإعلامي للإتحاد، ووضع الضوابط اللازمة للتفرقة الواضحة بين ملكية الدولة للخدمات الإذاعية والتليفزيونية وبين سيطرة الحكومة عليها، والسماح بوجود أنماط

اخرى للملكية بجانب ملكية الدولة للخدمات الإذاعية والتاليفزيونية وقصر هذه الملكيـة عـلى المصريين وحدهم، فكلما اتسع نمط الملكية الفرديـة لوسـائل الإعـلام زادت مـساحة الحريـة في هذه الوسائل.

- البحث عن صياغة جديدة للصحف القومية تُخلصها من التبعية لمجلـس الـشورى، باعتبـار أن مجلس الشورى يمثل السلطة التشريعية أو شبه التشريعية، وتمثـل الـصحافة الـسلطة الرابعـة، ولا يجب على سلطة أن تتحكم في سلطة غيرهـا في نظـام يأخـذ بتعـدد الـسلطات، المهـم هـو إيجاد صيغة جديدة للصحافة القومية تحقق لها الاستقلال الكامل.

- عند وضع سياسات الإعلام يجب العمل عـلى تـشكيل تنظـيم نقـابي يـضم الإعلاميـين العـاملين بإتحاد الإذاعة والتليفزيون وغيرها من القنوات التليفزيونية والـشبكات الإذاعيـة الخاصـة، بمـا يضمن استقلالهم المهني والدفاع عن مصالحهم، مثل مـا حـدث مـع الـصحفيين عنـد تحـديث قانون نقابة الصحفيين بالشكل الذي يُعطي النقابة قدرة أكبر على حماية مصالح أعضائها وعلى محاسبتهم في الوقت نفسه.

8- السياسة الإعلامية في مصر:

تمثل السياسة الإعلامية المصرية جوهر السياسة الإعلامية لدول الشرق الأوسط والعالم العربي؛ وهـي مثال ونموذج للسياسات الإعلامية العربية المكتوبـة، فـالموقع الجغـرافي والعمـق الإسـتراتيجي لمـصر وسط العالم القديم والحديث وبين الحضارات المختلفة يخلق استراتيجيات ودوائر عديـدة للـسياسة الخارجية والسياسة الاقتصادية والإعلامية ولمختلف العلاقات الدولية.

الإستراتيجية الإعلامية المصرية تنبع من واقع العالم المعاصر وتنبع من قوة مصر وحضارتها، كما تنبع من عصر العولمة ومقاومة الإرهـاب وتعـدد الفـضائيات والـسماوات المفتوحـة وتـسارع المعلومـات وانتشار التقنيات والتكنولوجيا في كل مكان في مختلف أنحاء العالم.

- إن الإستراتيجية الإعلامية المصرية ترتبط بالإستراتيجية العامة للدولة ارتبـاط الجـزء بالكـل، فهـي أحـد روافـدها تنبثـق منهـا، وتعمـل مـع غيرهـا مـن الإسـتراتيجيات النوعيـة عـلى

تحقيق الهدف الكلي والنهائي للدولة .

ونتحدث فيما بشيء من التفصيل عن السياسة الإعلامية في مصر من خلال النقاط التالية:

أ- أركان السياسة الإعلامية المصرية:

السياسة الإعلامية في مصر هي من نماذج السياسات الإعلامية المكتوبة، وترتبط السياسة الإعلامية بالسياسة العامة للدولة إرتباط الجزء بالكل، فهي أحد روافدها، تنبثق منها وتعمل مع غيرها من السياسات النوعية على تحقيق الهدف الكلي والنهائي للدولة، وتتلخص أركان السياسة الإعلامية المصرية فيما يلي:

السيادة الإعلامية: وتتحقق السيادة الإعلامية بنشر المظلة الإعلامية المسموعة والمرئية في وضوح وقوة فوق كل الأراضي المصرية بصرف النظر عن مدى كثافتها السكانية، وكذلك وصول الرسالة الإعلامية إلى جميع المصريين في المنطقة العربية وغير العربية وإلى شعوب الدول العربية والأفريقية والإسلامية، بصفة عامة إلى العالم كله.

حق المواطن في الإعلام: وتتمثل في حق المواطن في أن يعلم ويُعلم عنه، وأن يتثقف، وأن يُروح عنه بما يتفق مع ثقافته والتقاليد الدينية والأخلاقية المصرية والعربية والإسلامية، وهذا يعني الإسهام إعلامياً في عمليات إعادة بناء الإنسان المصري مع مراعاة ما يلي:

- ألا يكون الإعلام في مصر مجرد رسائل في إتجاه واحد بل يكون أخذ وعطاء ومشاركة بين المرسل والمستقبل (الجمهور).
- أن يواكب الإعلام حركة التنمية الوطنية، ويساعدها بالفكر والخبرات والتجارب بهدف التوسع والإنتشار التنموي.

الأمن الإعلامي: يعني تقديم الرسائل الإعلامية بصورة تحصن المواطن المصري ضد التيارات الإعلامية الوافدة غير المتفقة مع الأخلاقيات والتقاليد المصرية، ويتحقق ذلك من خلال إلتزام الإعلام بالموضوعية والفورية والصدق في واقعية وشمول وإنفتاح على الأحداث الجارية في العالم من خلال ملاحقة كل جديد في نظم وفنون الإعلام والتكنولوجيا، وتدريب الكوادر الإذاعية والتليفزيونية بهدف التنشيط والتعرف على أساليب التعامل مع الجديد

والمستحدث في تكنولوجيا الإتصال، ومتابعة الآداء وقياس الجودة ضماناً لعطاء مستمر متميز وأفضل.

حرية الإعلام: وهذا يعني أن يكون الإعلام حُراً مستقلاً، يهدف إلى صالح الوطن والمواطنين بعيداً عن الإنحياز للسلطة أو أي إتجاه.

التعاون الإعلامي: وذلك في جميع المجالات مثل مجالات الإنتاج الإذاعي المسموع والمرئي، والتبادل الإخباري والبرامجي والتدريب ومجالات الهندسة الإعلامية وذلك داخل مصر وخارجها على المستوى الدولي.

تحديث الوسائل الهندسية: من أجل أن تكون قادرة على وضع الأهداف الإعلامية موضع التنفيذ، وإعداد برنامج هندسي متكامل ومستمر لتشغيل هذه الوسائل والمحافظة عليها في وضع تشغيلي طبقاً للمعايير الدولية في مجال الوسائل الإذاعية والتليفزيونية والشبكات الفضائية.

ب- أهداف سياسة الإعلام والاتصال في مصر:

توجد مجموعة من الخطوط العامة لفلسفة وسياسات العمل الإعلامي في مصر، والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها تلك السياسة الإعلامية، وتتلخص فيما يلي:

- تهدف السياسة الإعلامية في مصر إلى بناء روح الأمة والحفاظ على نسيجها الوطني وتثبيت دعائم الهوية المصرية النابعة من التراث القومي للأمة المصرية وحضارتها والقيم السامية والمثل العليا والتقاليد الأصيلة للشعب.

- تنوير المجتمع والتعبير عن أماله وطموحاته وقضاياه في إطار رؤية واضحة للمؤسسات الوطنية ودورها في خدمة المجتمع، وحق المواطن في معرفة كل ما يمس حياته وتطورات مجتمعه فضلاً عن تطور المجتمعات الأخرى التي تؤثر فيه ويتأثر بها.

- إعداد المجتمع وتأهيل أبنائه للانفتاح على كافة الثقافات الوافدة مع الحفاظ على الهوية الثقافية والذاتية المصرية.

- الاحتفاظ بالريادة الإعلامية في ظل ثورة الاتصال العالمية، والسعي لإقامة نظام إعلامي

وطني عربي قومي يعبر عن هوية الأمة ويُجسد سياستها القومية والوطنية ويؤكد ديمقراطية الإعلام، ويحقق حرية الكلمة والتعبير والإبداع، محققاً في ذلك مفهوم الحق في الاتصال والمسئولية الإعلامية والحرية السياسية.

- تحقيق ريادة مصر الإعلامية في كل من المجالين المسموع والمرئي أرضياً وفضائياً، وذلك من خلال التطور الدائم والمستمر لقدرات الإعلام المصري المسموع والمرئي بما يحقق السيادة الإعلامية داخلياً والوصول والمنافسة خارجياً.

- الإرتقاء بمستوى الرسالة الإعلامية من حيث الشكل والمضمون بما يحقق فاعليتها ووصولها إلى الجماهير وتجاوب تلك الجماهير معها في الداخل والخارج ووجودها المؤثر والمتميز في عصر الفضاء.

- دعم النظام العام للمجتمع والمساهمة في إثراء التطور الديمقراطي الذي يتم في إطار من قيم المجتمع المصري وتقاليده وتفاعلاً مع ظروفه وإمكاناته وإستجابة لحركة تطوره.

- حشد الطاقات الإعلامية لتحقيق أهداف التنمية الشاملة والمتكاملة للمجتمع.

- المعالجة الموضوعية للقضايا المجتمعية والقومية بما يحفز كل الطاقات للمساهمة في إيجاد الحلول الكفيلة بحل هذه القضايا.

- تحقيق التفاعل الخلاق ما بين الرسائل العلمية المسموعة والمرئية واحتياجات الجمهور المتلقي.

ج- السياسة الإعلامية المصرية في بداية القرن 21:

تنطلق السياسة الإعلامية لمصر بدءاً من بداية القرن الحاضر في مختلف المجالات، آتية من ضرورة تفعيل العمل الإعلامي العربي لكي يكون سنداً دافعاً للعمل العربي المشترك، والتصدي لمحاولات طمس الحقائق وتهميش قضايا رئيسية بإعطاء أولويات لمسائل فرعية تزيد من الهم العربي ولا تقدم حلولاً للمشكلات الأساسية فيه.

وتأتي الرؤى المصرية في بعدها الإعلامي من ضرورة التواصل العربي مع الساحة الدولية لخلق تواجد مخطط تكون له صفة الإستمرارية، كما تركز مفردات الخطاب الإعلامي المصري

على مبادئ وقيم تعكس طبيعة الدور المصري المبني على أساس موقع مصر ودورها التاريخي في المنطقة.

وعلى هذا نتحدث فيما يلي عن بنود السياسة الإعلامية المصرية في بداية القرن الحادي والعشرين:

- حق الجميع في المعرفة المعلوماتية في مرحلة النهضة.
- العقلانية والبعد عن العصبية والإثارة والمزايدة والتعامل مع الحقائق الموضوعية دون تهوين أو تهويل.
- حتمية توجيه الرسالة العلمية إلى خارج الحدود.
- بناء الرسالة الإعلامية على سياسة واضحة حددتها القيادة السياسية وتم نسجها على الشفافية والبعد عن الإزدواجية.
- التوظيف الأمثل لخبرات مصر المتراكمة عبر آلاف السنين وإستثمار تلك الخبرات بما يخدم الأهداف الوطنية والقومية.
- الحساب الدقيق لكل خطوات السياسة الإعلامية المرسومة من أجل المصلحة المصرية ومصالح المنطقة العربية بأكملها.
- مواكبة فكر العصر وأدواته.
- نبذ مفهوم الصراع والتأكيد على الدعوة للحوار.
- إن الإرهاب لا وطن له ولا دين.

د- مواثيق الشرف الإعلامية كجزء من السياسة الإعلامية:-

مواثيق الشرف الإعلامية هي جزء من السياسة الإعلامية، فهي إستكمال أخلاقي للسياسة الإعلامية، توضح إتفاق العاملين في مجال إعلامي معين بالحقوق والواجبات والإلتزامات المجتمعية والوطنية أمام الذات الإعلامية، وأمام نقابات الإعلام المختلفة، وأمام الضمير الإعلامي والوطني، فهو إلتزام مهني غير مُقنن، ولكنه إلتزام نقابي ومهني ووطني وأخلاقي.

ونتحدث فيما يلي عن نماذج من مواثيق الشرف الإعلامية، ونبدأها بميثاق الشرف الصحفي في مصر كجزء من السياسة الإعلامية المصرية، والذي وافق المجلس الأعلى للصحافة على إصداره (1998/3/26):-

ميثاق الشرف الصحفي في مصر

تم وضع ميثاق الشرف الصحفي لكي يلتزم به جميع الصحفيون المصريون، ويتضمن ما يلي:

أولاً: مبادئ عامة:

- إن حرية الصحافة من حرية الوطن، والتزام الصحفيين بالدفاع عن حرية الصحافة، واستقلالها عن كل مصادر الوصاية والرقابة والتوجيه والاحتواء واجب وطني ومهني مقدس.

- إن الحرية أساس المسئولية والصحافة الحرة هي الجديرة وحدها بحمل مسئولية الكلمة، وعبء توجيه الرأي على أسس حقيقية.

- إن جوهر العمل الصحفي وغايته هو حق المواطن في المعرفة وهو ما يستوجب ضمان التدفق الحر للمعلومات، وتمكين الصحفيين من الحصول عليها من مصادرها، وإسقاط أي قيود تحول دون نشرها والتعليق عليها.

- إن الصحافة رسالة حوار ومشاركة، وعلى الصحفيين واجب والمحافظة على أصول الحوار وآدابه، ومراعاة حق القارئ في التعقيب والرد والتصحيح، وحق عامة المواطنين في حرمة حياتهم الخاصة وكرامتهم الإنسانية.

- على الصحافة مسئولية خاصة تجاه صيانة الآداب العامة وحقوق الإنسان والمرأة، والأسرة والطفولة والأقليات والملكية الفكرية للغير.

- إن شرف المهنة وآدابها وأسرارها أمانة في عنق الصحفيين، وعليهم التقيد بواجبات الزمالة في معالجة الخلافات التي تنشأ بينهم أثناء العمل أو بسببه.

- تعد نقابة الصحفيين هي الإطار الشرعي الذي تتوحد فيه جهود الصحفيين دفاعاً عن

المهنـة وحقوقهـا، وهـي المجـال الطبيعـي لتـسوية المنازعـات بـين أعـضائها وتـأمين حقـوقهم المشروعة.

- تضع النقابة ضمن أولوياتها العمل على مراعاة الالتزام بتقاليد المهنة وآدابها ومبادئها، وإعـمال ميثاق الشرف الصحفي، ومحاسبة الخارجين عليه طبقاً للإجراءات المحددة المنـصوص عليهـا في قانون النقابة وقانون تنظيم الصحافة.

ثانياً: إلتزامات وحقوق الصحفي:

الإلتزامات:

- يلتزم الصحفي فيما ينشره بمقتـضيات الـشرف والأمانـة والـصدق، بمـا يحفـظ للمجتمـع مثلـه وقيمه وبما لا ينتهك حقاً من حقوق المواطنين، أو يمس إحدى حرياته.

- يلتزم الصحفي بعدم الإنحياز في كتاباته إلى الدعوات العنصرية أو المتعـصبة أو المنطويـة عـلى امتهان الأديان أو الدعوة إلى كراهيتها، أو الطعن في إيمان الآخرين، أو تلك الداعية إلأى التمييز أو الاحتقار إلي من طوائف المجتمع.

- يلتزم الصحفي بعدم نشر الوقائع مشوهة أو مبتورة، وعدم تصويرها أو إختلاقها على نحو غـير أمين.

- يلتزم الصحفي بتحري الدقة في توثيق المعلومات، ونسبة الأقوال والأفعال إلى مـصادر معلومـة كلما كان ذلك متاحاً أو ممكناً طبقاً للأصول المهنية السليمة التي تراعي حسن النية.

- يلتزم الصحفي بعـدم اسـتخدام وسـائل النـشر الـصحفي في اتهـام المـواطنين بغـير سـند، أو في استغلال حياتهم الخاصة للتشهير بهم أو تشويه سمعتهم أو لتحقيـق منـافع شخـصية مـن أي نوع.

- كل خطأ في نـشر المعلومـات يلتـزم نـاشره بتـصحيحة فـور إطلاعـه عـلى الحقيقـة وحـق الـرد والتـصحيح مكفـول لكـل مـن يتنـاولهم الـصحفي، عـلى ألا يتجـاوز ذلـك الـرد أو التـصحيح

حدود الموضوع، وألا ينطوي على جريمة يعاقب عليها القانون، أو مخالفة للآداب العامة. مع الاعتراف بحق الصحفي في التعقيب.

- لا يجوز للصحفي العمل في جلب الإعلانات أو تحريرها، ولا يجوز له الحصول على أي مكافأة أو ميزة مباشرة أو غير مباشرة عن مراجعة أو تحرير أو نشر الإعلانات، وليس له أن يوقع باسمه مادة إعلانية.

- لا يجوز نشر أي إعلان تتعارض مادته مع قيم المجتمع ومبادئه وآدابه العامة، أو مع رسالة الصحافة، ويلتزم المسئولون عن النشر بالفصل الواضح بين المواد التحريرية والإعلانية، وعدم تجاوز النسبة المتعارف عليها دولياً للمساحة الإعلانية في الصحيفة على حساب المادة التحريرية.

- يحظر على الصحفي استغلال مهنته في الحصول على هبات أو إعانات أو مزايا خاصة من جهات أجنبية أو محلية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

- يمتنع الصحفي عن تناول ما تتولاه سلطات التحقيق أو المحاكمة في الدعاوي الجنائية أو المدنية، بطريقة تستهدف التأثير على صالح التحقيق أو سير المحاكمة، ويلتزم الصحفي بعدم إبراز أخبار الجريمة وعدم نشر أسماء وصور المتهمين أو المحكوم عليهم في جرائم الأحداث.

- إحترام حق المؤلف واجب عند اقتباس أي أثر من آثاره ونشره.

- الصحفيون مسئولون مسئولية فردية وجماعية رؤساء كانوا أم مرؤوسين عن الحفاظ على كرامة المهنة وأسرارها ومصداقيتها، وهم ملتزمون بعدم التستر على الذين يسيئون إلى المهنة أو الذين يخضعون أقلامهم للمنفعة الشخصية.

- يمتنع الصحفيون في علاقاتهم المهنية عن كافة أشكال التجريح الشخصي، والإساءة المادية أو المعنوية، بما في ذلك استغلال السلطة أو النفوذ في إهدار الحقوق الثابتة لزملائهم، أو في مخالفة الضمير المهني.

- يلتزم الصحفيون بواجب التضامن دفاعاً عن مصالحهم المهنية المشروعة، وعما تقرره لهم

القوانين من حقوق ومكتسبات.

الحقوق:

- لا يجوز أن يكون الرأي الذي يصدر عن الصحفي أو المعلومات الصحيحة التي ينشرها سبباً للمساس بأمنه، كما لا يجوز إجباره على إفشاء مصادر معلوماته وذلك كله في حدود القانون.

- لا يجوز تهديد الصحفي، أو إبتزازه بأي طريقة، في سبيل نشر ما يتعارض مع ضميره المهني، أو لتحقيق مآرب خاصة بأي جهة أو لأي شخص.

- للصحفي الحق في الحصول على المعلومات والأخبار من مصادرها والحق في تلقي الإجابة عما يستفسر عنه من معلومات وإحصائيات وأخبار وحقه في الاطلاع على كافة الوثائق الرسمية غير المحظورة.

- لا يجوز حرمان الصحفي من أداء عمله أو من الكتابة دون وجه حق، أو نقله إلى عمل غير صحفي، أو داخل المنشأة الصحفية التي يعمل بها، بما يؤثر على أي من حقوقه المادية والأدبية المكتسبة.

- لا يجوز منع الصحفي من حضور الاجتماعات العامة والجلسات المفتوحة ما لم تكن مغلقة أو سرية بحكم القانون.

- عدم التسامح في جريمة إهانة الصحفي أو الاعتداء عليه بسبب عمله، باعتبارها عدواناً على حرية الصحافة وحق المواطنين في المعرفة.

- ضمان أمن الصحفي وتوفير الحماية اللازمة له أثناء قيامه بعمله في مواقع الأحداث ومناطق الكوارث والحروب.

- حق الكشف عن الذين يدخلون على الصحفي الغش في الأنباء والمعلومات، ومن ينكرون ما أدلوا به ليتحملوا المسئولية عن ذلك.

ثالثاً: إجراءات تنفيذية:

أنطلاقاً من الإرادة الحرة التي أملت على الصحفيين المصريين إصدار ميثاق للشرف الصحفي، ووفاء وتمسكاً منهم بكل ما يترتب عليه من التزامات وحقوق متكافئة نتعهد باعتبار أحكام هذا الميثاق بمثابة دستور أخلاقي للأداء الصحفي والسلوك المهني المسئول.

وتنفيذاً لكل ذلك نقرر:

- كل مخالفة لأحكام هذا الميثاق تعهد انتهاكاً لشرف مهنة الصحافة وإخلال بالواجبات المنصوص عليها في قانون نقابة الصحفيين رقم 76 لسنة 1970 وقانون تنظيم الصحافة رقم 96 لسنة 1996.

- يتولى مجلس نقابة الصحفيين النظر في الشكاوي التي ترد إليه بشأن مخالفة الصحفيين لميثاق الشرف الصحفي أو الوجبات المنصوص عليها في قانون النقابة أو قانون تنظيم الصحافة ويطبق في شأنها الإجراءات والأحكام الخاصة بالتأديب المنصوص عليها في المواد من 75 إلى 88 من قانون النقابة.

- يحيل نقيب الصحفيين بعد العرض على مجلس النقابة الصحفي الذي ينسب إليه مخالفة تأديبية إلى لجنة التحقيق المنصوص عليها في المادة 80 من قانون النقابة بتشكيلها الوارد في المادة 36 من قانون تنظيم الصحافة على أن تنتهي اللجنة من إجراء التحقيق خلال ثلاثين يوماً ولها أن تستأذن مجلس النقابة إذا رأت حاجة التحقيق إلى مدة أطول.

- تشكيل هيئة التأديب الابتدائية على النحو الوارد بالمادة 37 من قانون تنظيم الصحافة ويتولى رئيس لجنة التحقيق توجيه الاتهام أمامها إلى من تتوافر في حقه أدلة كافية على ارتكاب المخالفة.

- للهيئة التأديبية الابتدائية أن توقع على من تثبت مخالفته لأحكام القانون أو ميثاق الشرف الصحفي إحدى العقوبات التأديبية التالية:

- الإنذار.

- الغرامة.

- المنع من مزاولة المهنة مدة لا تتجاوز سنة.
- شطب الاسم من جدول النقابة.
- تستأنف قرارات هيئة التأديب الابتدائية أمام هيئة التأديب الاستئنافية المنصوص عليها في المادة 82 من قانون النقابة ويرفع الاستئناف خلال 15 يوماً من تاريخ إبلاغ الصحفي بقرار هيئة التأديب الابتدائية.
- يلتزم مجلس نقابة الصحفيين بتسليم جميع أعضاء النقابة المقيدين بجدول المشتغلين وتحت التمرين صورة من الميثاق كما يلتزم بتسليم صورة منه إلى كل من تقبل أوراق قيده مستقبلاً في النقابة

قسم الإعلاميين المصريين:

يُعتبر قسم الإعلاميين المصريين عند بداية عملهم في المجال الإعلامي، بمثابة ميثاق شرف لكل الإعلاميين المصريين، حيث يقسمه كل من يلتحق بالإعلام المصري، ونص القسم كما يلي:

" نحن الإعلاميين المصريين .... نُعلن عهدنا هذا:

- أن نكون دائماً على استعداد لحمل المسئولية ورعايتها.
- أن ندافع عن شرف هذا الوطن ومصالحه بالحق قولاً وفعلاً.
- أن نقوم بمسئولياتنا في كل زمان ومكان.
- أن نبذل جهدنا في تحسين آداء عملنا الإعلامي أو الفكري أو الفني.
- أن نطور كفاءتنا وأساليبنا الإدارية والمالية.
- أن نحافظ على أجهزتنا وأدواتنا، وأن نصونها ونطور إمكانتها بكل ما لدينا من علم وقدره.
- أن نداوم على الإتصال بمصادر المعرفة ونطورها توسيعاً وتعميقاً لقدراتنا وكفاءتنا.
- أن نترفع عن الهوى ونتجنب الدعاية لذواتنا.

- أن نكون قدوة في سلوكنا، مراقبين الـلـه عز وجل في كل أعمالنا.
- أن نجعل خدمة الوطن هدفنا، ملتزمين بأهداف النضال الوطني.

والـلـه على ما نقول شهيد.

ميثاق الشرف الإذاعي:

أولاً: المبادئ العامة:

- الإذاعة المصرية المسموعة والمرئية ملك شعب مصر.
- الإذاعة أمانة في ضمير الإذاعيين يحملونها لصالح المجتمع.
- الإذاعة مسئولية يشعر بها كل إذاعي في أدائه.
- الإذاعـي في أي موقـع هـو المـسئول عـن حقـوق المـستقبلين للإذاعـة المـسموعة والمرئيـة وتشتمل مسئولية الإذاعي ما يأتي:
  - تقديم المعلومات الصحيحة للشعب في حينها.
  - الرعاية الكاملة لكل مصالح الشعب.
  - أمانة الاتصال بين الشعب وحكومته.
  - عرض وجهات النظر المختلفة عرضاً متوازناً أميناً في كل القضايا التـي تهـم الشعب دون تحيز أو تحزب أو أثاره.
  - بث الثقة بين المواطنين في الداخل والخارج.
  - الالتزام باحترام الحريات العامة والقيم الدينية والقومية.
  - حماية الوحدة الوطنية والسلام الاجتماعي.
  - ارتباط الكلمة المذاعة بالضمير الإنساني.
  - المشاركة في تبصير الرأي العام.

- المشاركة في تشكيل الذوق العام تشكيلاً سليماً.

ثانياً: الأخلاقيات الإذاعية:

للأخلاقيات الإذاعية مصادر رئيسية هي:

- التعاليم السماوية.
- الكرامة الوطنية والإنسانية.
- المثل العليا للإنسان المعاصر.
- سيادة القانون.
- حرمة الأسر ورعاية الطفولة.
- الإيمان بالكلمة الصادقة.
- صدق الإذاعي مع نفسه ومع الناس باعتباره قدوة للغير.
- المظهر اللائق في الأداء سواء كان ذلك بالقول أو الأشارة.
- الحفاظ على أسرار المهنة.

وفي ظل الأخلاقيات يحظر على الإذاعيين ما يأتي:

- أي مساس بالعقائد والقيم وأي تعرض لما فيه اثارة من الطوائف.
- أي مساس بالأهداف القومية والتراث القومي.
- أي مساس بنظام المجتمع.
- أي مساس بقيمة العمل والعاملين.
- أي استغلال لغرائز الجماهير.
- أي تجاوز عن الحريات المكفولة للغير بالقانون أفراد أو جماعات.

- أي استغلال للعمل الإذاعي في منفعة شخصية.
- إذاعة أسرار الأمن القومي.
- إذاعة ما يدعو إلى الإنحلال أو ما يدعو إلى الإحباط.
- إذاعة ما يدعو إلى استخدام العنف أو نشر الجريمة أو الإثارة الجنسية.
- إذاعة أي إعلان تجاري لا يتماشى مع أخلاقيات الإذاعة ونظامها أو لا يتفق مع مصلحة المجتمع والصحة العامة والذوق العام، أو يتعارض مع الوحدة الوطنية والسلام الاجتماعي.

ثالثاً: واجبات الإذاعيين:

الإذاعيون شركاء في المسئولية عن الحقيقة وعن سمعة البلاد، وفي اطار هذه المسئولية يلتزمون بما يأتي:

- الإرتفاع المستمر بمستوى الأداء.
- مراعاة التحديث والابتكار في كل ما يقدم من الأعمال الإذاعية المسموعة والمرئية.
- مراعاة التوازن بين القيمة التثقيفية وبين القيمة الترويحية في الانتاج الإذاعي اليومي.
- عدم إذاعة أي نبأ غير موثوق به.
- عدم التقليل من شأن أي عمل كبير أو تعظيم أي عمل صغير.
- عدم الترويج لأي شخصية أو فكرة أو سلعة تمس كيان المجتمع ومصالح أفراده وجماعاته.
- عدم الإصرار على الخطأ والعمل على تصحيحة.
- عدم إعطاء المتحدثين ما ليس لهم أو تجريدهم مما لهم.

وفي تمكين الإذاعيين من أداء واجباتهم يراعى ما يأتي:

- كفالة حماية الإذاعيين من أي ضغط أدبي أو مادي لإكراههم على أي شيء لا يتفق مع

كرامتهم أو كرامة عملهم، وكذلك حمايتهم من التعرض لما يضر بأشخاصهم أو مصالحهم الخاصة أو العامة بسبب عملهم في الإذاعة.

- احترام آداب الزمالة وبخاصة عدم تجريح بعضهم البعض أو الإقلال من شأنه.

رابعاً: قواعد تنفيذية:

تسري أحكام هذا الميثاق على الإذاعيين والمتعاملين مع اتحاد الإذاعة والتليفزيون، والإذاعيون هم العاملون بالإتحاد كافة أيا كانت مستوياتهم أو درجاتهم، ويشمل المتعاملون من يتفق معه الاتحاد على أداء أي عمل في مختلف أوجه النشاط الإذاعي مسموعاً كان أو مرئياً.

9- سياسات الإعلام في العالم العربي:

بعد أن تحدثنا عن سياسات الإعلام والاتصال في مصر، نتحدث باختصار عن نبذة سريعة عن سياسات الإعلام والاتصال في العالم العربي، وعن ملامح تلك السياسات وأهدافها والتحديات التي تواجه السياسة الإعلامية العربية وذلك كما يلي:

أهم ملامح سياسات الإعلام في العالم العربي:

- عدم وجود سياسة اتصالية موحدة أو شبة نمطية، فالنظم الإعلامية في هذه الدول العربية تتوافق بشكل كبير مع النظم السياسية والإقتصادية والإجتماعية، والقيم الثقافية السائدة.

- وجود خصائص عامة للنظم الإعلامية العربية، بالرغم من أن أهداف ووظائف وسياسات تلك النظم تختلف من دولة إلى أخرى، تبعاً لدرجة التطور وفلسفة المجتمع وسياسته.

- تختلف الدول العربية فيما بينها في أسلوب وضع السياسات الإعلامية والإتصالية، ففي بعض الدول لا توجد سياسة إعلامية مكتوبة، وبالتالي لا توجد أجهزة محددة معينة لصياغة هذه السياسة، وتلك السياسات الإتصالية (غير المكتوبة) تستمد سندها التشريعي من الدستور والقانون الجنائي والمدني والإداري، وتعتبر اللوائح

والمذكرات التفسيرية مكملة للتشريعات الإعلامية.

- هناك قيم وقواعد ومبادئ مختلفة خاصة بكل مجتمع توجه سلوكه الإتصالي، بمعنى هل النظام الإتصالي في البلد يسير في اتجاه واحد أم في اتجاهين، وهل النظام الإتصالي يدعم الحصول على ردفعل الجمهور أم لا، وما هي القيود السياسية والإقتصادية المفروضة على النظام الإعلامي، وما هي المعايير التي تحكم مضمون الإعلام في المجتمع.

- إن ممارسات الإعلام والاتصال في الدول العربية تسودها المركزية الشديدة، سواء بالنسبة للتوزيع الجغرافي للوسائل الإعلامية أم بالنسبة للإدارة، فكل شيء من إرسال إذاعي وتليفزيوني وبرامج منتجة و... إلخ، ينبع دائماً من العاصمة والمراكز الكبرى في الدول، وكل شيء يتجه نحو إرضاء جمهور المدينة على حساب الجماهير الأخرى خارج المدينة في المناطق النائية والريف بالرغم من أنهم يحتاجون للتركيز الإعلامي عليهم أكثر.

- الاهتمام الزائد في ممارسات الإعلام والاتصال بالنشاط السياسي والدعائي الموجه، والترفيهي على حساب كل الوظائف الإتصالية الأخرى، وذلك من أجل أن تحصل الحكومات في مجال الإقتصاد والسياسة على تأييد الرأي العام لسياساتها.

- الاعتماد على المنتجات الإعلامية الخارجة لسد النقص في الإنتاج المحلي سواء في التليفزيون أو السينما والصحافة ووكالات الأنباء.

- الدول العربية تحاول الربط بين ممارسات الاتصال والإعلام وخطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية، بهدف الاستفادة من النشاط الاقتصادي لحث المواطنين على المشاركة والدخول في عمليات التحديث.

- من أهم ملامح سياسات الإعلام في الدول العربية محاولة دعم العملية التعليمية، وبرغم ذلك فلا توجد صيغة محددة للتعاون والتنسيق بين السلطات الإعلامية والسلطات التعليمية.

- محاولة الربط بين النشاط الإتصالي والنشاط الثقافي، ودعم الثقافة الدينية، والتعرف على التراث الفكري ونشره، والإرتفاع بمستوى الذوق الفني وإشاعة التفكير العلمي، ومن أبرز الدول المتقدمة في هذا المجال المملكة العربية السعودية.

أهداف السياسات الإعلامية في العالم العربي.

- تحاول السياسات الإعلامية والإتصالية العربية تحقيق مجموعة أهداف منها ما يلي:

- إبراز الهوية الحضارية العربية والتعريف بها وتنميتها والمحافظة عليها وتقديم الصورة الصحيحة للرأي العام العالمي عن وتاريخهم وثقافتهم.
- التأكيد على وحدة الأمة العربية، ووحدة مصالحها ومصيرها، ونبذ الخلافات والصراعات والتحصن بالقيم والتراث الروحي والعلمي.
- إغناء شخصية المواطن العربي في إطار متوازن من الأصالة والمعاصرة باعتبارها قضية محورية في ظل العالم المفتوح.
- تحقيق وحدة وتكامل العمل الإعلامي العربي لتعميق التضامن بين أقطار الوطن العربي، وتحقيق الإنفتاح الإعلامي فيما بينهم.
- تضيق الفجوة التقنية في مجال الإعلام والاتصال بين الإعلام العربي وإعلام الدول المتقدمة المالكة لتقنيات الاتصال من خلال محاولة نقل احدث التقنيات للعالم العربي.
- تعامل وسائل الإعلام مع المواطن العربي على أساس الدقة والصدق والموضوعة، وإحترام حرية التعبير.

الصعوبات أمام السياسة الإعلامية العربية الموحدة:

- توجد تحديات وصعوبات كثيرة أمام السياسة الإعلامية العربية الموحدة، منها ما يلي:

- ثورة المعلومات التي تزامنت مع التطور الهائل في الحاسبات الآلية أدت إلى شيوع بنوك المعلومات كظاهرة يتعامل معها العالم.
- الثورة التقنية المتجددة والمتسارعة، والتي طرحت على العالم وسائل

وعلاقات جديدة وطرقاً غير مسبوقة في العمل لم تعرفها البشرية من قبل.

- عصر الأقمار الصناعية والثورة الهائلة في مجال الإعلام والإتصال، والتي جعلت من العالم قرية إعلامية واحدة ذابت فيها الحدود والمسافات.
- الثورة الثقافة والعلمية التي يشهدها العالم والتي تستنفز طاقات الأمة العربية الثقافية لمواجهة ذلك التحدي بإنتاج ثقافي يرتبط بالحضارة العربية وقضاياها المعاصرة وقيمها، والذي يعتمد على الأساليب المتطورة من حيث الشكل والمضمون.
- نشوء الكيانات الكبيرة والتجمعات الإقليمية، والذي يحتم على الأمة العربية أن تكون كياناً كبيراً وواحداً وسط هذه الكيانات، وخصوصاً أنها تملك المقومات اللازمة لذلك.

السياسة الإعلامية العربية المشتركة التي وضعتها جامعة الدول العربية:

- قامت جامعة الدول العربية بوضع سياسة إعلامية عربية مشتركة، وتعتبر من أكثر السياسات الإعلامية نضجاً، فهي لم تكتفي بتجديد مرتكزات الإعلام العربي بل تناولت أبعاداً أخرى في الإعلام العربي المشترك، فقدمت سياسة إعلامية أكثر شمولاً مما سبقها، تمثلت في البنود الآتية:

- عزل الإعلام العربي المشترك الموجه إلى الخارج عن الخلافات والتناقضات العربية، والتأكيد على المسئولية العربية المشتركة في مواجهة كافة التحديات.
- التنسيق بين الإعلام الوطني والإعلام العربي المشترك.
- التأكيد على وجود إعلام عربي في الدول النامية بما في ذلك الدول الإسلامية.
- تعميق النظرة الشمولية في المعالجة الإعلامية لقضايا العرب، لتشمل القضايا السياسية والاقتصادية والحضارية والثقافية ... إلخ، مما يعني إدراك العرب وفهمهم لوظيفة الإعلام الدولي.

- مخاطبة الجماهير المستهدفة من خلال منطلقات إعلامية تناسب جماهير كل منطقة جغرافية، وفي ضوء الأدوار المطلوبة منها.

- تركيز السياسة الإعلامية المشتركة على ثلاث نقاط أساسية في مضامين الإعلام العربي.

أولها: القضية الفلسطينية هي جوهر الصراع في قضية الشرق الأوسط وأن الحل العادل يكمن في الاعتراف بحق الشعب الفلسطيني في تقرير مصيره على أرضه وإقامة دولته المستقلة.

ثانياً: التأكيد على حق العرب في الحصول على التكنولوجيا الحديثة في مختلف المجالات من أجل تنمية مجتمعاتهم، ومن أجل الإسهام في تقليص الفوارق الاقتصادية بين الدول المتقدمة والدول النامية.

المبحث الثاني

سياسات التربية والتعليم

تمهيد:

1. تعريف السياسة التعليمية.
2. طبيعة السياسة التعليمية .
   - خصائص السياسة التعليمية.
   - مصادر السياسة التعليمية.
   - أبعاد السياسة التعليمية.
   - مسئولية وضع وبناء السياسات التعليمية.
3. أهداف السياسة التعليمية.
4. اسس ومبادئ السياسة التعليمية.
5. خطوات تحديد السياسات التعليمية.
6. إجراءات وضع السياسة التعليمية.
7. أمثلة على السياسات التعليمية في مصر.
8. مشكلات السياسية التعليمة في مصر.
9. حلول ممكنة لمشكلات السياسة التعليمية.

المبحث الثاني

سياسات التربية والتعليم

إتفق اللغويون على أن السياسة هي القيام على الشيء بما يُصلحه، وهي عند العلماء، علم وفن الإدارة العامة للحياة المجتمعية، وإذا كانت الحياة المجتمعية قطاعات ومجالات، فإن لكل قطاع ولكل مجال سياسته المقتصرة عليه والمستندة إلى الرؤية المجتمعية العامة .

إن كلمة سياسة تعني في مجملها : " حكماً مشتقاً من نظام ما للقيم وتقديراً لعوامل في موقف ما، تُشكل خُطة عامة للقرارات الرئيسية بخصوص وسائل تُحقق الأهداف المنشودة، بمعنى أن السياسات ما هي إلانتاج قرارات تُتخذ في المستويات الإدارية العُليا بتوجية سلوك المرؤوسين .

السياسة العامة: أشبه بالخريطة العامة للوطن، فالخريطة تُعين الحدود وترسم الاتجاهات العامة، وتُحدد المواقع والمسارات بحيث يُصبح مستحيلاً التعامل مع بلد بدون معرفة لخريطته، فضلاً عن إستحالة أن يكون بلد بلا خريطة، ومثلما تتولد من خريطة البلد خرائط أخرى قطاعية وتفصيلية للمحافظات والمدن، تتولد من سياسة البلد العامة سياسات أخرى فرعية وتفصيلية يختص كلمنها بقطاع بعينة فتكون هناك " سياسة إقتصادية- وسياسة ثقافية- وسياسة زراعية – وسياسة صحية – وسياسة تعليمية و ... إلخ " .

وبعد أن تعرفنا على مفهوم السياسة بصفة عامة، نتحدث عن مفهوم السياسة التعليمة، وضروراتها وأهميتها وأهدافها وخطوات مصنعها، ونماذج من السياسات التعليمية في مصر في فترات زمنية مختلفة، وأسس سياسة التعليم في مصر والصعوبات والمعوقات التي تواجه وأمنعي السياسات التعليمية وذلك كما يلي:ـ

1- تعريف السياسة التعليمية:ـ

السياسات التعليمية تعني: المبادئ والإتجاهات العامة التي تصنعها السلطات التعليمية

لتوجيه العمل بالأجهزة التعليمية في المستويات المختلفة عند إتخاذ قراراتها، وترتبط السياسات التعليمية بأهداف وبنية وعمليات النظم التعليمية، كما تستمد شرعيتها من النظام العام في المجتمع بقواه المتعددة التي تُشكل هذه السياسات وتتابع تنفيذها.
السياسات التعليمية في اي مجتمع من المجتمعات تعني : تحديد الشكل العام للمراحل التعليمية التي ينتظم فيها التعليم وأهداف كل مرحلة من هذه المراحل، ومجموعة القوانين والخطط والبرامج والإتجاهات العامة التي تسيير في ضوئها.
سياسة التعليم:هي جزء من كل، وفرع من أصل والكل والأصل هنا هو السياسة العامة.
سياسة التعليم:هي جملة الموجهات العامة التي تحكم حركة المجتمع في قطاع التعليم.

- الساسية التعليمة هي :مجموعة من الأهداف والمبادئ الشاملة والمتكاملة التي ينبغي أن تكون محوراً لحركة الفعل في مجال التعليم، بإعتبارها سياسة وزارة على مدى زمني معين يُتيح إمكانية تحقيق تلك الأهداف في حدود ما تضمنه من مبادئ، وفي ضوء ما حددته من معايير للتقويم والحُكم، مع إتسامها بالمرونة لتتيح إمكانية التعديل" وليس النقص" في حالة الضرورة، وهذا مع مُراعاة العوامل المؤثرة في عمليات صُنع وصياغة السياسة التعليمية سواء كانت سياسة معينة أم بالطموحات الجماهيرية، أم بالإمكانات المتاحة، والأخذ في الأعتبار القوى الساسية الرسمية وغير الرسمية، سواء في الداخل أم الخارج، والتي تؤثر بشكل مُباشر أو غير مُباشر في السياسة التعليمية صُنعاً وصياغةً وتنفيذاً أو تقويماً.

- السياسة التعليمية هي: مجموعة الأهداف الكبيرة التي يسعى النظام التعليمي لمجتمع معين إلى تحقيقها، ويدخل في دارئة السياسة التعليمية عدد من الاتجاهات الرئيسية التي تحكم المخطط التعليمي.

- السياسة التعليمية تعني: المبادئ التي يقوم عليها التعليم، وتُحدد إطاره العام وفلسفته وأهدافه ونُظمه.

- تعريف الإستراتيجية: الاستراتيجية هي حلقة الوصل بين السياسة وبين الخطة وتكون

لها وظيفتان رئيسيتان هما:

- ترجمة السياسة إلى واقع.
- توفير الأساس لوضع الخطة.

2- طبيعة السياسة التعليمية :

- تحدث الدكتور "سعيد إسماعيل علي" في كتابة " رؤية سياسية للتعليم" عن طبيعة السياسة التعليمية، ويقصد بالطبيعة الجوانب المختلفة للسياسة التعليمية من حيث خصائصها ومصادرها وابعاد حركتها ومراحل تكوينها والمسئولية عنها، وذلك كما يلي:ـ

أ- خصائص السياسية التعليمية:

- تتمتع السياسة التعليمة بمجموعة من الخصائص والسمات التي يمكن أن نوجزها فيما يلي:ـ
- السياسة التعليمية مبنية على فلسفة التربية المنبثقة من فلسفة المجتمع: حيث تُعتبر عن الموروث الثقافي والواقع المجتمعي والتطلعات المستقبلية للمجتمع بأكملة.
- تتمتع السياسة التعليمية بالاستمرار والإستقرار النسبي : مما يُمكن المخططين من رسم الخطط اللازمة لترجمة الإستراتيجية التعليمة إلى برامج ومشروعات يصعب أن تؤثر فيها التقلبات السريعة أو الأهواء الشخصية.
- تتمتع السياسة التعليمية بصفة التطور: فالسياسة التعليمة تخضع إلى قدر من التطور الذي يجعلها تتواكب مع جملة المتغيرات القائمة ومع الأهداف.
- السياسة التعليمية محددة: والتحديد لا يعُني الإغراق في الجزئيات والتفصيلات، وإنما يعني تعيين وتحديد الأهداف الواجب تحقيقها والاختيارات الأساسية التي يتفق عليها المجتمع.
- من أهم خصائص السياسة التعليمية الوضوح، فربما كانت الأهداف مُحددة

والإختيارات معينة لكنها صيغت صياغات تتسم بالغموض، ومن ثم تفقد المخططين والمنفذين ضماناً أساسياً من ضمانات سلامة الخطة التعليمية.

- السياسة التعليمية كُلية: بمعنى النظر إلى المسألة التعليمية في جُملتها، وفي خطوطها العريضة، والربط بينها وبين حركة الواقع المجتمعي على وجه العموم والواقع التعليمي على وجه الخصوص، فالسياسة التعليمة تُعني بالإطار العام وبالوعي بالعلاقات بين مكونات منظومة التعليم والفكر الذي تقوم عليه والتوقعات المحتملة مستقبلاً.

ب- مصادر السياسة التعليمية :

ويُقصد بها المصادر التي يُمكن أن تُستمد منها السياسة التعليمية ويمكن أن تتمثل فيما يلي:

العقيدة الوطنية: ويُقصد بها جُملة الآراء والأفكار والإختيارات الأساسية التي تُعبر عن موقف الأمة من المشكلات والقضايا والمفاهيم الأساسية، فهذه العقيدة تصدر عن روح الأمة ومصالحها وطموحاتها وذاتيتها وتراثها مما يؤصل السياسة التعليمية ويقوى جذورها ويربطها بروح الأمة.

- حركة الواقع: وهي تُعبر عن الفعل والممارسة ، فهي بمثابة المعمل الذي تختبر فيه الافكار والاتجاهات والمشروعات لتكشف عن مدى إيجابياتها وسلبياتها، وبذلك تُرشد إلى التثبيت أو التصحيح والتصويب، كما أن حركة الواقع موله لأفكار لم تخطر على ذهن أحد من قبل أو تكشف عن سوء أفكار وعدم صلاحيتها، وترتبط حركة الواقع بالعقيدة الوطنية إرتباطا قوياً.

- الخبرة التاريخية القومية :كل مجتمع يستفيد من ماضية في حاضرة، والسياسة التعليمية تستفيد من الخبرة التاريخية لمجتمعنا ، فلا تكرر أخطاء الأمس، بل تضيف جديداً بصفة مستمرة فيحدث التراكم، وتتجه إلى التطور والتقدم.

- الخبرة الأجنبية:هناك العديد من الدول الأجنبية التي تحتل المواقع المتقدمة في سُلم الرُقي والتقدم، وتمتلك سياسات تعليمية قوية متطورة يُمكن أن تستفيد منها الدول الأقل تقدماً وفقاً لشروط الاستعارة التربوية من حيث الأخذ بعين الإعتبار الظروف

المحلية الذاتية الحضارية.

- الفكر التربوي: وهو عادة ما يُمثل إجتهادات عقول تميزت بالإبداع والإبتكار، والرؤية الشمولية المتكاملة وبالصبر النافذ المتعمق، ويُتيح الإطلاع على الفكر التربوي فرصة الإستنارة والتوجية والتفاعل الفكري بين عقول ذوي إتجاهات مختلفة ما يُفيد واضعي السياسات التربوية والتعليمية.

ج- أبعاد السياسة التعليمية :

يتوقف مدى نجاح السياسة التعليمية على مقدار الرؤية الصائبة التي تتوافر لوضعيها في مدى قدرتهم على ضبط موازين القوى التي تتحرك هذه السياسة في ظلها، وأبعاد حركة السياسة التعليمة توضح لنا هذا، وذلك كما يلي:-

البعد الدولي: ويٌقصد به تضمين سياسة التعليم بالمعلومات المختلفة عن الدول الأخرى، بمعنى ... الدول الإستعمارية ومدى تضمين مناهجنا المصرية أو العربية بصفة عامة معلومات عدائية عنها، وهذا ما اعتبرته هذه الدول عملاً عدائياً وعارضته لأنه يجعل الأجيال الجديدة تكره هذه الدول، أيضاً الحرب بين مصر وإسرائيل ثم معاهدة السلام وطلب إسرائيل عدم تضمين المناهج التعليمية في مصر ما يثير مشاعر العداء ضد إسرائيل .

البعد الإقليمي: وهذا أبرز ما يتضح في سياسات التعليم في الدول العربية، فمنذ إنشاء جامعة الدول العربية تظهر إتفاقات ومعاهدات تستهدف التقريب تعليمياً بين جميع الدول العربية ، لكن هذا الأمر بدأ يقل في السنوات الأخيرة، لكنه إتضح أكثر لدول مجلس التعاون الخليجي، حيث تم الإتفاق بين هذه الدول على أن تتضمن مراحل التعليم المختلفة ومناهجة ما يحُتم تقارب سياسات التعليم فيها إلى حد كبير.

البعد الحكومي: ويتضح هذا البعد أكثر في الدول النامية والتي تسيطر فيها الحكومة على مقاليد الأمور في الدول أكثر من المؤسسات والتنظيمات غير الحكومية، لهذا فإنها تقدم التعليم بالمجان لكي يخدم سياستها وأهدافها، وعندما ظهرت الخصخصة وظهر التعليم الخاص بدأ التخلص تدريجياً من مجانية التعليم.

البعد المجتمعي: ويُقصد به أنه تأتى سياسات التعليم متماشية مع التقاليد والأعراف السائدة في المجتمع، وأن تُراعي ذلك في تصميم ووضع المناهج الدراسية، وحتى في إنشاء المدراس ، مثلاً إذا كان التوجه الديني هو الغالب في الدول تجد في سياسة التعليم إنفصال بين الذكور والإثاث، ونجد إنتشاراً لمعاهد التعليم الديني المتخصصة وهكذا، أما لو كان العكس وهناك تعددية دينية ترى ذلك واضحاً في سياسة التعليم.

د- مسئولية وضع وبناء السياسات :

- يثور دائماً تساؤل هام .. من الذي يملك حق وضع وبناء السياسة التعليمة؟، البعض يتخيل أن هذا الأمر يوكل إلى المتخصصينمن خلال لجان متعددة، وهذا وصحيح ولكن ليس في الدول النامية لأن هؤلاء المتخصصين في تلك الدول يولفون الأمور ويفندون ما يُشار إليهم دون تنسيق أو تفكير.

في الدول النامية من يتولى مسئولية وضع وبناء السياسة التعليمية هي القيادة السياسية في الدولة، وخاصة إذا كانت ذات طابع حزبي خاص أو طائفي أو فئوي، فضلاً عن إستمرار فترة وحكمها لمدة طويلة، لكن المشكلة أنه أحياناً لا تكون هذه القيادة السياسية ذات خبرة واسعة ومتعمقة في المجال التربوي، ولكن هذا تمكين تداركه إذا كانت القيادة التربوية المتخصصة التي تنفذ تلك السياسة لها أساليبها واقتناعاتهم وكبيراتها لما تفعل حتى تنفذ توجهات القيادة السياسية بأسلوب يتفق مع ظروف المجال التعليمي ويخدمه.

أحياناً أُخرى نجد بعض الدول النامية يلجأ إلى إستعارة وإقتباس سياسة تعليمية ناجحة من بلد غربي وتطبقها على نفسها، لكن هذا لا ينجح في معظم الأحيان لأن ظروف وطبائع المجتمعات مختلفة، كما أن إمكانيات التطبيق مختلفة أيضاً.

وهناك اتجاه ثالث لمجتمعات لا تستقر على أي مما سبق ولا تبتكر سياسة لنفسها، وإنما هي أقرب إلى التخبط، بحيث يمكن أن نجد لكل فترة زمنية سياسة تعليمية تختلف تماماً عما سبقها أو تلاها، وكأنها حقل تجارب، والتجريب مطلوب لكنه إذا إستمر فترة طويلة يخرجة عن كونة منهجاً علمياً ويتحول إلى مجرد محاولة وخطأ، وهذا أمر شائع في كثير من الدول النامية ولعل هذا ما يدل إلى سبب قوي من أسباب تخلفها.

3- أهداف السياسة التعليمية:

إن الهدف (الغرض) الاساسي لأي سياسة هو جعل عمل ما أو نظام ما يتم بطريقة منهجية ومنظمة، وهذا ينطبق على السياسات التعليمية بصفة خاصة، فإذا كان الهدف النهائي للتعليم هو تنمية المهارات والإتجاهات والفهم، فإن السياسات الأكثر قُرباً تكون هي تلك السياسات التي تدفع النظام التعليمي لكي يُحقق تلك المهارات والإتجاهات، بمعنى أن النشاط الأكثر قُرباً يكون منحصراً في عملية التدريس وفي هذه الحالة تكون السياسات التعليمية مكونه من سياسات التدريس الخاصة بالمنهج وطرق التدريس والمصدر والتوزيع.

ومن أجل تبرير سياسة تعليمية مُعينة والتحقق من صحتها لكي ينظر الرأي العام لها على أنها سياسة عقلانية أو ذات نوايا معينة ويقبل، وتعيل الأخذ بها، أي نحكم على سياسة ما قبل أو بعد تنفيذها لتحديد مدى صلاحيتها، توجد إختبارات تقويمية يجب أن تمر بها أي سياسة للتحقق من صحتها وعقلانيتها، وذلك كما يلي.

إختيار مدى الرغبة في السياسة:

في مجال التعليم نجد أن هناك سياسات عديدة ومتنوعة خاصة بالمناهج وطرق التدريس وسياسات المصدر والتوزيع، ولا يهم إذا كانت هذه السياسات موضوعة ومصممة بإتفاق ومهارة قدر ما هو مهم أن تكون أغراضها حائزة على القبول والتقدير،فإذا كانت الأهداف (الأغراض) ليست كذلك فمعنى هذا أن نحكم على هذه الساسة بأنها غير جيدة .

ومن الجدير بالذكر أن كون أغراض سياسة ما مقبولة ومرغوبة ليس كافياً لتبرير هذه السياسة والتحقق من صحتها ولكن أيضاً يجب أن تكون هذه الأغراض مرغوبة كأغراض تعليمية، والغرض التعليمي هو ذلك الذي يُساعد على تنمية مبادئ واتجاهات شخص ما في أي اتجاه أو في الإتجاهات التي تصنع حياة جديدة تحت وصف ما، ولكي يتم تبرير سياسة تعليمية ما والتحقق من صحتها، يجب أن يكون لها على الأقل غرض تعليمي، بمعنى أن السياسة التعليمية التي ليس لها غرض تعليمي تكون غير مرغوبة أو غير مفضلة.

إختيار الفعالية:

وهو يعني أنه إذا كانت هناك سياسة تعليمية ما لها غرض تم إختباره والتحقق من صحته بناءً على أسس علمية ، ولكن وسائل هذه السياسة ليست فعالة كأداة لتحقيق أغراض هذه السياسة، فإنها لا تكون مقبولة ولا نتحقق من صحتها، أي أنه ليس كافياً أن يكون الغرض (الهدف) مرغوباً ومقبولاً بناء على أسس تعليمية، ولكن يجب أن تكون وسائل تحقيق هذا الغرض (الهدف) فعالة.

إختبار مدى عدالة السياسة التعليمية:

الإختباران السابقان- " أختبار الغرض" وإختبار الفاعلية " غير كافيان للحكم على سياسة تعليمية ما بأنها صحيحة ولها ما يبررها في الواقع، ولهذا لا بد من إجراء الإختبار الثالث وهو " إختبار العدالة " ، فلكي تكون السياسات التعليمية صحيحة يجب أن تخضع أو تتماشى مع مبادئ محددة تُحدد الأدوار داخل السياق الذي صُنعت منه هذه السياسة، وعلى هذا أن تكون لكل سياسة قوانين مُفيدة تلتزم بها لكي تكون سياسة صحيحة، ولكن هذه القوانين يجب أن تكون عادلة.

إختبار مدى تحمل تطبيق السياسة التعليمية:ـ

وهذا الإختبار خاص بالتكلفة المادية التي يتكلفها تطبيق هذه السياسة التعليمية من ميزانية التعليم، ولكي نقول أن هذه السياسة مقبولة فيجب أن تكون تكاليف تحقيق الغرض (الهدف) منها متناسبة مع ميزانية التعليم، وأن تكون وسائل تحقيقها أقل الوسائل تكلفة من بين البدائل المُتاحة.

4- أسس ومبادئ السياسة التعليمية:

يُقصد بها مجموعة المبادئ والأسس والمواصفات التي تجعل من سياسة التعليم صلبة البنيان راسخة القواعد، ومن هذه المبادئ والأسس ما يلي:ـ

المرجعية المجتمعية:

ويُقصد بها الرؤية العامة التي تُشكل الإطار الفكري للمجتمع وأيديولوجيته، وقد يُعبر عنها "

بالهوية " التي تُشير إلى الأسس العقائدية التي تحكم البنية الكلية للمجتمع، والتعليم عملية تنفيذية تتم في المجتمع، إذن فلا يمكن لها ألا تستند إلى تلك المرجعية المجتمعية أثناء عملها وآدائها لوظائفها في المجتمع.

المنهج العلمي:

التعليم أمر يهم كل الناس، وفي الوقت ذاته يستند إلى علوم ودراسات، والسياسة التعليمية يجب أن تستند إلى منهج علمي يضعه المختصين من أهل العلم .

التغذية الشعبية:

وهي تعني وجود قنوات توصيل في مجال السياسة التعليمة بين المتخصصين في وضع تلك السياسة (جماعة الإفتاء العلمي) وبين مختلف الشرائح والقوى والمستويات الشعبية المستفيدة من تلك السياسة لكي تُعبر عن رأيها وعن تقييمها لنتائج تطبيق تلك السياسة ومشكلاتها.

العقلانية:

ويقصد بها العقلانية في وضع سياسات التعليم، فلا يجب أن تبني الدولة سياسات وقرارات تعليمية بهدف إرضاء الجمهور أو إمتصاص غضبه وإنفعالة، بل يجب أن يتم وضع السياسة التعليمة بما يخدم مصلحة الوطن، وبالنظر والمقارنة بين سياسات التعلم في البلدان الأخرى لكي ليستفيد منها، في مميزاتها وعيوبها لكي نأخذها في الإعتبار عندما نضع سياسة التعليم الخاصة بمجتمعنا بقدر من العقلانية.

المأسسة:

كلمة المأسسة نسبة إلى مؤسسة، ونعني بها ألا ينفرد شخص بصُنع السياسة التعليمية ووضع فلسفتها أياً كان وضعة وموقعة فالأشخاص يتغيرون وتتغير أماكنهم ولا يصح أن تكون السياسة التعليمة مرهونة بفرد وفكرة ورأية، فالسياسات التعليمية تصنعها مؤسسات من أجل تحقيق الآمال المنشودة للمجتمع.

الإتساق :

ويعني أن تتعامل السياسة التعليمية مع التعليم بكافة جوانبه، أي يكون هناك توازن واتساق

في إهتمام السياسية التعليمية بمبدأ تكافؤ الفرص التعليمة مثلاً، بين الريف والحضر، وقواعد القبول، وتكافؤ الفرص بالنسبة لعمل الخريجين وفقاً لنتائجهم وألا يقتصر ذلك على المدن الكبرى وحدها دون الريف والمناطق النائية الأخرى.

الموروث الحضاري:

هو ذاكرة الأمة ولا بد من أخذة في الإعتبار عند وضع السياسة التعليمية، كذلك الحاضر وتجارب الدول الأخرى العربية والأجنبية، فلا يجب أن يطغي الموروث الثقافي على حساب الحاضر والمستقبل وألا نهتم بتجارب الدول الأخرى وننسى تراثنا الحضاري .

إستشراف المستقبل:

والمقصود هنا أننا نُربي لزمان غير زماننا، وأن إيقاع الحياة أصبح سريعاً جداً بما يفوق الخيال، لقد أصبح الفرق بسنوات تعد على أصابع اليد الواحدة بين جيل وجيل يُشكل هوة تقتضي النظر والإعتبار، وعلى هذا يجب على السياسات التعليمية أن تُراعي سُرعة الزمن هذه وتستعد لمواجهة المستقبل ومواكبته.

5- خطوات تحديد السياسات التعليمية

السياسة التعليمية تعني الإختيار والتحديد من بين الأهداف العامة، ونقل هذه الأهداف إلى مستوى الأغراض وهو المصطلح الذي قد تتخذه الأهداف عندما تكون أكثر تحديداً، وتعتبر السياسة التعليمية بهذا المعنى بمثابة الأحكام التي تُعبر عن الجهود التنظيمية والتي ينبغي أن تُبذل لتحقيق أغراض أو توقعات أو تطلعات يستهدفها المجتمع وأفراده في مرحلة من مراحل تطوره.

إن السياسة التعليمية هي الخطوة التالية بعد الفلسفة التربوية في توجيه النشاط التعليمي ، فالفلسفة التربوية ومن ورائها الفلسفة الإجتماعية تمنع السياسة التعليمية مبرراتها الواقعية كما توفر لها الشمول والتكامل وتجعلها في نهاية الأمر جزءاً عضوياً حياً من عملية عقلانية منظمة تبدأ بوضع الفلسفة التربوية المستمدة من الفلسفة الإجتماعية العامة وتنتهي بالخطط التربوية وما فيها من برامج ومشروعات.

إن الفلسفة التربوية تلتحم مع السياسة التعليمة، ولكنها سابقة عليها من حيث الترتيب، وذلك لأن بذور الفلسفة التربوية موجودة في كل ما نجدة من آراء وأفكار لدى المفكرين التربويين حول تكوين الإنسان وتطويره في مجتمع معين، وبلورة الفلسفة التربوية في مرحلة أكثر تحديداً هي السياسة التعليمية، وعلى هذا فإن تحديد السياسة التعليمية لا يحصل إلا بعد التفكير وتقليب الآراء، ويكن تلخيص هذه العملية كما يلي:ـ

- التأكد أن الأهداف التربوية المحددة تتماشى مع الأهداف الأخرى العامة.
- إستخلاص الأهداف التربوية من الاتجاهات العامة لسياسة البلاد.
- تحقيق الإنسجام بين الأهداف التربوية والأهداف الأخرى المحددة في القطاعات الأخرى.
- إن السياسة التعليمية لا تنحصر في رسم بعض المبادئ التوجهية العامة بل لابد من أن تشتمل على مجموعة من الأهداف الخاصة المترابطة فيما بينها ترابطاً قوياً، ومن بينها الأهداف ذات الطابع الديني والفلسفي والثقافي، مما يقدم فكرة واضحة عن مفهوم الإنسان.
- وبعد ذلك تُحدد الأهداف السياسية المتماشية مع الإختيارات القومية الكبرى ويُمكن بعد ذلك تحديد الأهداف الإجتماعية والإقتصادية التي تتضافر فيما بينها لتحقيق الغايات المنشودة طبقاً لفلسفة المجتمع في الحياة ولمتطلبات التنمية.
- بعد ذلك يتم تحديد الخطوط العريضة للأهداف التربوية، التي هي الشرط الأساسي لتحقيق الأهداف الأخرى المرسومة من أجل تنمية البلاد
- أخيراً تُحدد الأهداف المحصورة في النظام التربوي، ويجب أن تُعبر تعبيراً صادقاً عن الاتجاهات السائدة في المؤسسات التربوية، وفي التعليم على إختلاف مراحلة.
- بعد تحديد الأهداف ، لا يكفي إدراجها في قائمة، بل لابد من تصنيفها بحسب الاسبقية، وتسجيلها ضمن مخطط متماسك، وعندئذ فقط يُمكن أن نُطلق تسمية" السياسة التعليمية".

6- إجراءات وضع السياسة التعليمية :-

إن سياسة التعليم هي الإطار الموجة لحركة التعليم ، ولابـد أن تخـضع عمليـة وضـعها وصُـنعها إلى إجراءات تتسم بقدر كبير من التأني والحيطة والأسـلوب العلمـي، ومراعـاة ظـروف المجتمـع، حتـى نضمن لها سلامة وصحة تمكنها من حُسن التوجيه وتحفظ لها قدر من الإستقرار النسبي مـما يُتـيح الفرصة للعاملين في قطاعات التعليم لأن يسيروا بها على طريق التنفيـذ آمنـين خطـر التقلبـات غـير المحسوبة والمصادفات الطارئة ، ونتحدث بإختصار فيما يلي عن إجراءات وضع السياسة التعليمة.

معرفـة تجـارب المجتمعـات الـسابقة: عنـد وضـع أي سياسـة تعليميـة لابـد مـن معرفـة تجـارب المجتمعات التي سبقتنا في مستوى التقدم، من أجل معرفة أسباب تقدمها، ونظمهـا التـي سـاعدت على مثل هذا التقدم، وهذا لا يكون بالقراءة عن هذه المجتمعات ولكن بإرسال عدد من المختـصين إلى تلك الدول المتقدمة مُهـمات علميـة، مـن أجـل دراسـة الـنظم التعليميـة ومناهجهـا وفلـسفتها وسياسات التعليم فيها لمدة لا تقل عن ثلاثة أشهر وتدوين نتيجة هـذه الدراسـة في تقـارير توضـع أمام الذين سيتولون صناعة سياسة التعليم من أجل أن يستفيدوا منها.

إختيار من يقومون بوضع سياسـة التعلـيم: يجـب أن يخـضع لتـدقيق كبـير، فـضلاً عـن أهميـة أن يسترشدوا بدليل يُعينهم على التركيز والبحث والكشف عن جوانب معينة، وملاحظة علاقات بذاتها، حيث أن المطلوب ليس مُجرد الرصـد والتـسجيل بـل مطلـوب دقـة وبـصيرة ووعـي ناقـد وجـولات ميدانية في المؤسسات التعليمية.

النظر لقضية التعليم ككل :من أهم إجراءات وضع سياسة التعلـيم التـصدي لقـضية التعلـيم ككـل مما يُتيح فُرصة النظرة العامة الشاملة، وهي مهمة سياسة التعليم ولكـن لا يجـب أن تغفـل بعـض الجوانب الصغيرة في السياسة التعليمية أثناء النظرة الكلية لعملية التعليم، والتي قد يكون لها وزن وتأثير كبير على العملية التعليمة بأكملها.

لا بـد أن يـسبق وضـع الـسياسة التعليمـة لجـان ومـؤتمرات مـن أجـل دراسـة قـضية بعينهـا او

جانب بذاتـه مـن قـضايا ومـشكلات ومكونـات النظـام التعليمـي وسياسـته، مثـل " المعلـم - إدارة التعليم - مشكلة الأمية - تعليم الكبار - التعليم الفني - سلم التعليم - الكتاب المـدرسي- الأنـشطة المدرسية- المباني المدرسية- وتكنولوجيا التعلـيم والبحـث التربـوي- تخطـيط التعلـيم - إقتـصاديات التعليم - التعليم الخاص- التعليم الجامعي والعالي ... إلخ" بما يستلزمة من زوايا وقضايا ومشكلات.

التعليم ليس مسالة حكومية تعني الحكومة المتولية للسلطة فقط: بـل هـو مـسألة مجتمعيـة لهـا تفاعلاتها مع نظم المجتمع الأخرى مثل " الإقتصاد ـ والسياسة والـدين ـ الثقافـة ـ الإعـلام .... إلـخ" وغير هذا من قطاعات المجتمع المختلفة ، مما يستلزم مشاركة متخصصين مـن هـذه القطاعـات في مناقشة جوانب تهمهم في العملية التعليمة والإنتهاء إلى تقرير يُسجل أهم النتائج التي تم التوصـل إليها.

من أهم الإجراءات الواجب مراعاتها عند وضع سياسة التعلـيم، تـشكيل لجـان لمختلـف الوحـدات الإدارية التي تنقسم إليها الدولة تزور المـدراس والكليـات والمعاهـد والمنـاطق والإدارات التعليميـة وتدخل الفصول وقاعات التدريس والمعامل والملاعب والمكاتب لكي تسأل المعلمين والطلاب وأعضاء هيئات التدريس والإداريين والمديرين والنُظار عما يواجهونه من مشكلات وما يُقابلونه من صـعاب، فذلك يُتيح فرصة جيدة لإعطاء صورة حقيقية لواقع التعليم بعيداً عن التزييف ومحاولات التنميق واساليب المداراة وغير ذلك من وسائل طمس الواقع.

إن قضية التعليم لا تهم العاملين بأجهزة التعليم فقـط: إذا لا يوجـد بيـت أو أسرة إلا وبـه أحـد في مجال التعليم، وهذا يعني ضرورة مشاركة أولياء الأمـور في مناقـشة قـضية التعلـيم، وتقـوم أجهـزة الإعلام بدور هام جداً في خدمة هذا المجال، فمثلاً يمكـن أن تخـصص الـصحف والمجـلات والإذاعـة والتلفزيون أماكن وأوقات معينة لنشر وإذاعة آراء وأفكار المستمعين والمشاهدين، ثم تكـون لجنـة لتجمع كل ما يُذاع ويُنشر من آراء وتلخيصه وتصنيفه بأمانه وحيادية وموضوعية.

أخيراً : بعد تجميع مختلف التقارير والدراسـات الـسابقة مـن هـذه المـصادر، يُـشكل مجلـس مـن

ذوي الاهتمام والإختصاص مُستقلاً عن وزارة التعليم، لدراسة هـذه التقـارير والدراسـات مـن أجـل دراستها والإستناد عليها في وضع سياسة للتعليم تبُنى على فلسفة تربوية.

قد يقول البعض إن هذا المنهج يستغرق وقتاً طويلاً لكن هـذا لـيس حقيقيـاً فـإذا بـدأنا كـل هـذه الخطوات مع بعضها لن يستغرق الأمـر سـوى شـهور بـسيطة، لقـد آن الأوان لأن نتمهـل في وضـع سياساتنا التعليمية، فقد نتعجل فيها ثم تستمر أخطارها وأخطاؤها لسنين عديدة، إذن ما الإستفادة ؟ لابد أن نستفيد من أخطاء الماضي لكي يكون الحاضر والمستقبل أفضل بإذن الـلـه.

7- أمثلة على السياسات التعليمية في مصر:

نتحدث في هذا الجزء عن أمثلـة لـبعض الـسياسات التعليميـة في مـصر، والتـي جـاءت في الدسـتور المصري في فترات تاريخية مختلفة ، وحكومات ووزراء مختلفين، والذين عدلوا فهيا أو اضـافوا إليهـا او حذفوا منها أو غيروها برمتها، وما يمكن أن تكون عليه السياسية التعليميـة في مـصر لـكي تـنهض بالعملية التعليمة بأكملها بما يحقق صلاح المجتمع وتنميته وتقدمه ورقية، وذلك كما يلي:ـ

السياسة التعليمية في دستور يونيو 1956م:

حدد دستور الجمهورية المصرية الذي صدر في يونيو عام (1956م) الأسس الدستورية للتعلـيم كـما يلي:ـ

- حُرية الرأي والبحث العلمي مكفولة، ولكل إنسان حق التعبير عن رأية بـالقول أو بالكتابـة أو التصوير أو غير ذلك، في حدود القانون .

- التعليم حُر في حدود القانون، والنظام العام والآداب.

- التعليم حـق للمـصريين جميعـاً، تكفلـه الدولـة بإنـشاء مختلـف أنـواع المـدراس والمؤسـسات التعاونية والتربوية، والتوسع فيها تدريجياً، وتهتم الدولة خاصة بنمو الـشباب البـدني والعقـلي والخلقي.

- تُشرف الدولة على التعليم وينظم القانون شئونه، وهو في مراحلة المختلفة بمدارس الدولة بالمجان، في الحدود التي ينظمها القانون.

- التعليم في مرحلته الأولى إجباري، وبالمجان في مدراس الدولة.

السياسة التعليمية في دستور مارس 1964م:

- الدستور المصري الذي صدر في مارس 1964م نص على المبادئ الدستورية للتعليم، وهي كما يلي:

- حُرية الرأي والبحث العلمي مكفولة، ولكل إنسان حق التعبير عن رأية، ونشرة بالقول أو الكتابة أو التصوير أو غير ذلك في حدود القانون.

- التعليم للمصريين جميعاً، تكلفة الدولة بإنشاء مختلف أنواع المدارس والجامعات والمؤسسات التعاونية والتربوية والتوسع فيها وتهتم الدولة خاصة بنمو الشباب البدني والعقلي والخلقي.

- تُشرف الدولة على التعليم العام ، وينظم القانون شئونة وهو في مراحلة المختلفة المختلفة في مدراس الدولة وجامعاتها بالمجان.

السياسة التعليمية في دستور 1971م:

بعد تولي الرئيس محمد أنور السادات رئاسة الجمهورية، صدر دستور 1971م وكان من أهم ما جاء به بخصوص التعليم، ما يلي : ـ

- التعليم حق تكفلة الدولة وهو إلزامي في المرحلة الإبتدائية وتعمل الدولة على مد الإلزام إلى مراحل أخرى، وتُشرف على التعليم كله وتكفل إستقلال الجامعات ومراكز البحث العلمي، وذلك بما يُحقق الربط بينه وبين حاجات المجتمع والإنتاج.

- التربية الدينية مادة اساسية في مناهج التعليم العام .

- التعليم في مؤسسات الدولة التعليمية مجاني في مراحلة المختلفة .

- محو الأمية واجب وطني تُجند له طاقات الشعب من أجل تحقيقة.

- تُنشأ مجالس قومية متخصصة على المستوى القومي، تُعاون في رسم السياسة العامة للدولة في جميع مجالات النشاط القومي، وتكون هذه المجالس تابعة لرئيس الجمهورية، ويُحدد تشكيل كل منها واختصاصاته قرار من رئيس الجمهورية.

السياسة التعليمية في دستور (18 يناير 2014م):

قبل تولي الرئيس " عبدالفتاح السيسي" رئاسة الجمهوية صدر دستور (2014م) والذي أجري عليه استفتاء من قبل الشعب المصري وتمت الموافقةعليه، وذلك أثناء تولي سيادة المستشار " عدلي منصور " أعمال رئيس الجمهورية لحين إجراء انتخابات رئاسية لإختيار رئيس مصر ، " ولقد أجرى الإستفتاء على هذا الدستور يومي (14، 15) يناير 2014م، وصدر دستور جمهورية مصر العربية في 17 ربيع الأول 1435هـ الموافق 18 يناير 2014م.

وفيما يلي نعرض المواد الخاصة بالتعليم في دستور 2014م:

مادة (19)

- التعليم حق لكل مواطن، هدفه بناء الشخصية المصرية والحفاظ على الهوية الوطنية، وتأصيل المنهج العلمي في التفكير، وتنمية المواهب وتشجيع الإبتكار، وترسيخ القيم الحضارية والروحية، وإرساء مفاهيم المواطنة والتسامح وعدم التمييز، وتلتزم الدولة بمراعاة أهدافه في مناهج التعليم ووسائله، وتوفيره وفقاً لمعايير الجودة العالمية.

- التعليم إلزامي حتى نهاية المرحلة الثانوية أو ما يعادلها، وتكفل الدولة مجانيته بمراحله المختلفة في مؤسسات الدولة التعليمية، وفقاً للقانون.

- تلتزم الدولة بتخصيص نسبة من الإنفاق الحكومي لا تقل عن 4% من الناتج القومي الإجمالي، تتصاعد تدريجياً حتى تتفق مع المعدلات العالمية.

- تشرف الدولة على التعليم لضمان إلتزام جميع المدارس والمعاهد العامة والخاصة

بالسياسات التعليمة لها.

(مادة 20)

تلتزم الدولة بتشجيع التعليم الفني والتقني والتدريب المهني وتطـويره، والتوسـع في أنواعـه كافـة، وفقاً لمعايير الجودة العالمية، وبما يتناسب مع احتياجات سوق العمل.

(مادة 21)

تكفل الدولة استقلال الجامعات، والمجامع العلمية واللغوية، وتوفير التعليم الجامعي وفقـاً لمعـايير الجـودة العالميـة، وتعمـل عـلى تطـوير التعلـيم الجـامعي وتكفـل مجانيتـه في جامعـات الدولـة ومعاهدها، وفقاً للقانون.

تلتزم الدولة بتخصيص نسبة من الإنفاق الحكومي للتعلـيم الجـامعي لا تقـل عـن 2% مـن النـاتج القومي الإجمالي تتصاعد تدريجياً حتى تتفق مع المعدلات العالمية.

تعمل الدولة على تشجيع إنشاء الجامعات الأهلية التي لا تستهدف الـربح، وتلتـزم بـضمان جـودة التعليم في الجامعات الخاصة والأهلية وإلتزامها بمعايير الجودة العالمية، وإعداد كوادرها من أعضاء هيئات التدريس والباحثين، وتخصيص نسبة كافية من عوائدها لتطوير العملية التعليمية والبحثية.

(مادة 22)

المعلمون، وأعـضاء هيئـة التـدريس ومعـاونوهم، الركيـزة الأساسـية للتعلـيم، تكفـل الدولـة تنميـة كافاءاتهم العلمية، ومهاراتهم المهنية، ورعاية حقوقهم المادية والأدبيـة، بمـا يـضمن جـودة التعلـيم وتحقيق أهدافه.

(مادة 23)

تكفل الدولة حرية البحث العلمي وتشجيع مؤسساته، باعتباره وسـيلة لتحقيـق الـسيادة الوطنيـة، وبناء اقتصاد المعرفة، وترعى الباحثين والمخترعين، وتخصص له نسبة من الإنفـاق الحكـومي لا تقـل عن 1% من الناتج القومي الإجملي تتصاعد تدريجياً حتى تتفق مع المعدلات العالمية.

تكفل الدولة سبل المساهمة الفعالة للقطاعين الخاص والأهلي وإسهام المصريين في الخارج في نهضة البحث العلمي.

(مادة 24)

اللغة العربية، والتربية الدينية، والتاريخ الوطني بكل مراحلة مواد أساسية في التعليم قبل الجامعي، الحكومي والخاص، وتعمل الجامعات على تدريس حقوق الإنسان والقيم الاخلاقية المهنية للتخصصات العلمية المختلفة.

(مادة 25)

تلتزم الدولة بوضع خطة شاملة للقضاء على الأمية الهجائية والرقمية بين المواطنين في جميع الأعمار، وتلتزم بوضع آليات تنفيذها بمشاركة مؤسسات المجتمع المدني، وذلك وفق خطة زمنية محددة.

8- مشكلات السياسة التعليمية في مصر

من المستحيل على أي نظام تعليمي أن يُحقق ما هو مأمول له من فعالية، ما لم تتوفر له رؤية فكرية ونظرة شاملة متكاملة للأسس والمفاهيم والمبادئ التي يقوم عليها النشاط التربوي، وهذا ما يُعبر عنه (بفلسفة التربية)، وهذه الرؤية الفكرية، والنظرة الشاملة المتكاملة، والترابط والإتساق بين الأهداف لا يتم ولا يتضح إلا إذا قامت على نظرة متسقة إلى الفرد والمجتمع، وطبيعة هذاالمجتمع والعلاقات فيه.

إن أسوأ ما يواجهة أي نظام تعليمي في مجتمع ما، هو أن يفتقد الوضوح والإتساق في خريطته العامة، فيعود هذه السوء بدورة إلى سياسة التعليم نفسه فتكتسب من الغموض ما يُربك القائمين بها، وتكتسب منالتنافر ما يُشتت جهود المنفذين لها، أو أن تتسم بسرعة التقلب مما يؤدي إلى فشل النتائج المرجوة منها.

إن نظام التعليم في مصر يفتقر إلى الإمكانيات المادية والمشاركة المجتمعية، ولقد تأثرت الأُسر المصرية بهذه السياسية التعليمية، فوضعت تعليماً موازياً وهو الدروس الخصوصية، ولها آثاراً سلبية خطيرة على نظام التعليم وسياساته وعلى الأُسرة المصرية، إن التخبط في السياسة

التعليمية في مصر وتعدد السياسات وتعاقبها، كل سياسة هي سياسة وزير لا دولة، كل سياسة تنسخ سابقتها وتُجمدها، مما له آثاراً سلبية خطيرة على نظام التعليم في مصر وعلى مخرجاته.

إن الظروف والمتغيرات المختلفة التي مربها المجتمع المصري منذ أن أنشأ محمد على نظاماً للتعليم وفقاً للنمط الغربي الحديث ليقوم بجوار النمط التقليدي القائم والمتمثل في الأزهر والكتاتيب قدأرست العديد من المشكلات التي تؤدي بسياسة التعليم إلى التردي في هوة الأخطاء الكبيرة والفشل الزريع في تحقيق الأهداف المنوطة بها، ومن هذه المشكلات ما يلي:- .

الفوقية: وتعني أن القرار في مصر يسير دائماً من فوق إلى أسفل، فالفلسفة الإدارية تُشير إلى أن القرار لا يعرف إلا ذلك الطريق الذي يجعلهُ يسير فيإتجاةواحد (السُلطة المركزية)، فطوال التاريخ المصري إلى الآن تسير الأمور في مصر من هذا المنطق، والسياسة التعليمية لا تختلف عن هذا المنطق هي الأخرى.

الفردية: تعني أن هُناك شخص واحد في أغلب الأحيان يقف على قمة السُلطة التعليمية، وينفرد هو وحدة برسم السياسات وإتخاذ القرارات.

اللاإستمرارية: وهي تعنيأنه ما دام القرار التعليمي والسياسة التعليمية قائمة على الفردية (شخص المسئول عن التعليم في وقت مُعين – الوزير مثلاً) فإن هذا القرار وهذه السياسة التعليمية لن تستمر وسوف تُمحي في حالة ترك هذا الشخص لمنصبة أو وفاته، وتلك هي أبرز وأشهر آفات سياسة التعليم في مصر طوال العقود السابقة.

الجزئية: ويُقصد بها إفتقاد النظرة الكُلية لمنظومة التعليم، وهو ما يعني إفتقاد المعنى الحقيقي الكُلي والشامل للسياسة التعليمية، فالقرارات التعليمية حتى على المستوى الرئيسي العام إنما هي تُعالج هذه القضية فقط أو تلك أوهذا الجانب من جوانب العمل التعليمي بمعزل عن النظرة الكلية لمنظومة التعليم، فمثلاً إن أحد لا يستطيع أن يتصور كيف يُمكن أن يُطور مناهج التعليم دون أن يسعى في نفس الوقت إلى تطوير عملية إعداد وتكوين المعلمين

أنفسهم الذين يكون التنفيذ بواسطتهم، وكيف يمكن لهذا أو ذاك أن يتم دون تطوير الكتب الدراسية التي هي مستودع المناهج والترجمة العملية لها.

اللاعلمية: بما يعني أن السياسة التعليمية لا يتم تحري الأسلوب العلمي في وضعها أوتطبيقها، فسياسة التعليم تتعلق ببناء البشر وأقل خطأ فيها يُصيب المجتمع بأخطار تاريخية واجتماعية فادحة، فيجب أن تقوم عملية صنع القرار التربوي وسياسة التعليم على دراسة علمية متأنية تأخذ في إعتبارها متغيرات الواقع، ومؤثرات الماضي، وآفاق المستقبل، وتقوم على البيانات الدقيقة والتفكير العلمي والموضوعية، ونتائج الأبحاث والدراسات العلمية الجادة التي تحدث لمختلف جوانب العلمية التعليمية.

وهناك أيضاً العديد من المشكلات الأخرى التي تواجها الجهات المسئول عن صُنع السياسات التعليمية وإتخاذ القرار التعليمي، نذكر منها ما يلي:-

عدم وضوح السياسات التعليمية التي تصدرها وزارات التربيةوالتعليم، وذلك لافتقارها إلى الأساس المعرفي والمعلوماتي، فتأتي صياغات عباراتها فضفاضة، وأسلوبها إنشائي خطابي بلغة التمني والآمال.

صعوبة توظيف السياسات التعليمية الموضوعة كمعايير ومبادئ عامة تُساعد على إتخاذ القرارات، ويرجع ذلك إلى أن هذه السياسات عامة وغير مُحددة، وتفتقر إلى معايير موضوعية لقياس الأداء المؤسسي.

عدم دينامية ومرونة هذه السياسات،وصعوبة ربطها بحركة المؤسسة التعليمية في المستقبل.

الخلط بين الأنشطة الإجرائية والسياسات التعليمية، كأن تتحدث عن إنشاء عدد من المدارس والفصول أو تزويد المدارس بتقنيات متطورة للتعليم أو عقد برامج تدريبية للمعلمين، وغير ذلك منالإجراءات التي تنوي وزارة التربية والتعليم إتخاذها.

إفتقار السياسات التعليمية إلى رؤى مستقبلية ومحاور إستراتيجية وارتباطها بأهداف إستراتيجية طويلة المدى.

عدم إستقرار السياسات لأنها لاتُمثل جهداً مؤسسياً يعتمد على البحث والتخطيط، ويرتبط

وجودها واستمرارها بوجود وإستمرار القيادات التي أعـدتها، ومـن ثـم يُـصبح النـشاط التطـويري عملية منقطعة وعُرضة لهوى الأفـراد وتوجهـاتهم، بـل إن بعـض القيـادات الإداريـة تـرى في غيـاب السياسات التعليمية الواضحة والمحددة فرصة عظيمة للتنصل من المسئولية أوالمُسائلة .

السياسات التعليمية أحياناً تكون غيرواضحة المعالم ولا تستند إلى أساس معرفي وبحثـي أمـام الـرأي العام وأمام المجتمع، وهذا يؤدي إلى ضعف المشاركة المجتمعية في تمويل التعليم.

ضعف التكامل بين البنى المؤسسية المسئولة عن تطوير التعلـيم وعجزهـاعن أداء وظائفهـا بـسبب غياب السياسات التعليمية العقلانية الواضحة والمحددة.

9- حلول ممكنة لمشكلات السياسة التعليمية:

من وجهة نظرنا الخاصة، فإنه مع وجود هذا الكـم مـن مـشكلات الـسياسة التعليميـة في مـصرفإن هناك أمل يمكننا من تلافي كل هـذه المـشكلات أوعـلى الأقـل التقليـل منهـا، إذا كانـت هنـاد إرادة حقيقية لذلك.

وتوجد عدة حلول لمواجهة مشكلات السياسة التعليمية أو التقليل منها، نذكر منها ما يلي:
من حيث التنظيم والتشريع تمتلك مصر من المؤسـسات والقنـوات مـا هـو سـبيل حقيقـي لـصناعة السياسة التعليمية بما يكفل لها الاستمرار والتأسيس العلمي والتأييـد الـشعبي، فعـلى سـبيل المثـال يوجد بمصر مجلس قومي للتعليم يضم نخبة كبيرة مـن المفكـرين والعلـماء والمـسئولين التنفيـذيين يضع ويرسم سياسات لقضايا تعليمية متعددة، ويتميـز بأنـه لا يـرتبط بـوزارة بـذاتها، ولا بـشخص مسئول بعينة، بالإضافة إلى عُمق ورصانة مـا يـضعه مـن سياسـات، وبالتـالي فهـو يُمكـن أن يـضمن للسياسة التعليمية الإستمرارية المنشودة، لكن الثغرة القاتلة هي إفتقاد ما يصل إليـه المجلـس مـن آراء وأفكار لسلطة الإلزام، فهو مجلس إستشاري يُفكر ويرى ولكن لا يملك سُلطة الأمر والإلزام.
تمتلك مصر مركزاً قومياً للبحوث التربوية والعديد مـن كُليـات التربيـة التيتـدرس وتبحـث العديد من مختلف جوانب وقضايا التعليم ومشكلاته، بما يُمكن أن يُشكل أساسـاً منهجيـاً

وعلمياً يكفل لسياسة التعليم الترشيد العلمي المطلوب، لكن أيضاً لا بد أن نعترف بمشكلة تُعاني منها كل دول العالم النامي وهي الهوة بين رجال الفكر والعلم وبين متخذي القرار مما يؤدي إلى أن تقف الجهود البحثية العلمية عند حد الإفادة المعرفية لأصحابها والقلة التي تقرأها.

يوجد بمصر نقابة للمهن التعليمية، ونوادي أعضاء هيئة التدريس بالجامعات، ومثل هذه التنظيمات الشعبية من المفترض أنتوفر الظهير الشعبي لسياسة التعليم، بتحديد الأولويات وتحجيم بعض الممارسات وتوجيه الأمور الوجهة الحقيقية المؤيدة لصالح الجماهير، لكن هناك مشكلة وهي إنصراف هذه التنظيمات عن الإنشغال بسياسات التعليم إلى الإغراق في المواضيع الخاصة بها مثل الترقيات والدرجات العلمية والمرتبات، إلى غير ذلك مما يخص هؤلاء الأفراد.

وترى المؤلفة أن الأمل كبير في أن ينهض القائمون على أمر التعليم في مصر بالاهتمام به وبوضع سياسات تعليمية تنهض بالمجتمع المصري وتنميته وتقدمة ورُقية، ولا ترتبط بشخص أي أحد من المسئولين أو الوزراء، بل يكون همها وشغلها الشاغل هو النهوض بالنظام التعليمي بأكمله، إن تقدم أي مجتمع ورقية قائم في الأساس على نظامة التعليمي، ومدى تقدمة ومسايرته لروح العصر والتطور التكنولوجي في كافة مجالات الحياة.

إن مصر كما يقولون ولادة وبها من العقول المبدعة ما يكفيها لأن تكون أفضل بلد على مستوى العالم، لكن يحكمها الإمكانات المادية والإرادة السياسية التي لا بد من أن تتخذ من مجال التعليم المنطلق الأساسي لرفعة المجتمع وتقدمة .

آمل أن يأتي اليوم الذي نرى فيها نظامنا التعليمي من أفضل الأنظمة التعليمية على مستوى العالم، أن يأتي رجال صدقوا ما عاهدوا الله في مناصبهم الإدارية والسياسية، فمصر قادرة على ذلك، لكن تبقى إرادة التحقيق.

المبحث الثالث

سياسة الإعلام التربوي في مصر

تمهيد :

1- تعريف سياسة الإعلام التربوي.

2- مميزات سياسة الإعلام التربوي.

3- مصادر سياسة الإعلام التربوي.

4- الأسس التي تقوم عليها سياسة الإعلام التربوي .

5- أبعاد سياسة الإعلام التربوي.

6- مزايا وضع سياسة واضحة للإعلام التربوي.

7- مسئولية وضع وبناء سياسة الإعلام التربوي.

8- مبادئ سياسة الإعلام التربوي .

9- خطوات تحديد سياسة الإعلام التربوي .

10- مراحل وضع سياسة الإعلام التربوي .

11- أهداف سياسة الإعلام التربوي .

12- سياسة الإعلام التربوي في مصر.

المبحث الثالث

سياسة الإعلام التربوي في مصر

نتحدث في هذا الجزء من الكتاب عن تصور مقترح خاص بنا لكيفية وضع سياسة للإعلام التربوي، ونستند في هذاالتصور إلى سياسات الإعلام والاتصال (المبحث الأول من هذا الفصل) والتي تحدث عنها أساتذة الإعلام والإتصال، لأن الإعلام التربوي يستعين بوسائل الإعلام العامة كأحد وسائلة العامة في المجتمع لتحقيق أهدافه، كما نستند إلى سياسات التربية والتعليم باعتبار أن أساس عمل الإعلام التربوي هو بث ونشر وتوصيل القيم والأهداف التربوية والأخلاقية والاجتماعية السليمة لجميع أفراد المجتمع،وأن مجال التربية والتعليم هو أهم مجالات عمل الإعلام التربوي في المجتمع، وعلى هذا سوف نستند إلى ما ذكرة أساتذة التربية بشأن سياسات التربية والتعليم لكي نضع أساس نبنى عليه سياسات الإعلام التربوي.

1- تعريف سياسة الإعلام التربوي:

نحاول فيما يلي أن نصنع تصوراً لتعريف سياسات الإعلام التربوي، بالإستناد إلى تعريف كل من سياسات الإعلام والاتصال وسياسات التربية والتعليم وذلك كما يلي:-

سياسة الإعلام التربوي: يُقصد بها الإستراتيجية العامة للإعلام التربوي بما تشتمل عليه من الأهداف والسياسات التنفيذية لها ، وهي جزء أصيل من السياسة العامة للدولة .

سياسة الإعلام التربوي: يُقصدبها مجموعة أو سلسلة من القرارات تتعلق بمجال الإعلام التربوي.

سياسة الإعلام التربوي: هي جملةالموجهات العامةالتي تحكم حركة الإعلام التربوي في المجتمع.

سياسة الإعلام التربوي: هي مجموعة الأهداف الرئيسية التي يسعى الإعلام التربوي إلى تحقيقها في مجمع معين.

وفي تصورنا يمكن تعريف سياسة الإعلام التربوي كما يلي:-

سياسات الإعلام التربوي تعني: المبادئ العامة أو القواعد والبرامج التي يقوم عليها الإعلام التربوي، ويسير في ضوئها في مجتمع معين، وتُحدد إطارة العام وفلسفته وأهدافة ونظمة، وأساليب التنفيذ المتبعة.

2- مميزات سياسة الإعلام التربوي:

يجب أن تتمتع سياسة الإعلام التربوي بعدد من المميزات والخصائص، وهيما يمكن أن نتصوره كما يلي:-

سياسة الإعلام التربوي مبينة على أساس فلسفة الإعلام وفلسفة التربية، المنبثقتان من فلسفة المجتمع، وتُعبر عن الموروث الثقافي والحضاري والواقع المجتمعي والتطلعات المستقبلية للمجتمع.

تتميز سياسة الإعلام التربوي بالإستمرار والاستقرار النسبي مما يُمكن المخططين من رسم الخطط اللازمة لترجمة تلك السياسة إلى برامج ومشروعات يصعب أن تؤثر فيها التقلبات السريعة والأهواء الشخصية.

تتميز سياسة الإعلام التربوي بصفة التطور والتحديث، مما يجعلها تتواكب مع متغيرات المجمع وأهدافه المتطورة.

تتميز سياسة الإعلام التربوي بأنها مُحددة: بمعنى أنها تُعين وتحدد الأهداف الواجب تحقيقها والخيارات الأساسية التييتفق عليها المجتمع.

تتميز سياسات الإعلام التربوي بالوضوح: بمعنى أن تكون الأهداف والغايات مُحددة فيها، أي لا تُصاغ بصورة تتسم بالغموض حتى لا يفتقد المخططين والمنفذين إلى ركن أساسي في سلامة الخطة الموضوعة.

تتسم سياسة الإعلام التربوي بسمة الكُلية: بمعنى النظر إلى مجالات الإعلام والتربية والتعليم نظرة كُلية وفي خطوطهم العريضة، وأن يتم الربط بينهم وبين حركة الواقع المجتمعي على وجه العموم، والواقع الإعلامي والتربوي والتعليمي على وجه الخصوص.

إن سياسة الإعلام التربوي يجب أن تعني بالإطار العام في المجتمع والوعي بالعلاقات بين مكونات منظومات الإعلام والتربية والتعليم، والفكر الذي تقوم عليه تلك المنظومات، والتوقعات المحتملة مستقبلاً .

3- مصادر سياسة الإعلام التربوي:

هناك مصادر رئيسية يستمد منها الإعلام التربوي سياسته، وهي نفس المصادر التي تُستمد منها سياسات التربية والتعليم وسياسات الإعلام، ويمكن أن نتصور تلك المصادر كما يلي:-

العقيدة الوطنية: وهي مجموعة الآراء والأفكار والإختيارات الأساسية التيتُعبر عن موقفالمجتمع من المشكلات والقضايا والمفاهيم الرئيسية فيه، وهذه العقيدة تصدر عن روح الأمُة (ومصالحها – أهدافها – طموحاتها – ذاتيتها – تُراثها) مما يؤصل سياسات الإعلام التربوي ويقوى جذورها في المجتمع ويربطها بروح الأمة.

حركة الواقع:ويُقصد بها الأفكار والاتجاهات والمشروعات ... إلخ، الموجود بالمجتمع والتي قد تكون إيجابية فتحتاج إلى التدعيم والتثبيت، أو قد تكون سلبية فتحتاج إلى التصحيح والتعديل ، فحركة الواقع تُنتج أفكاراًلم تخطر على ذهن أحد، أو تكشف عن فشل أفكار وعدم صلاحيتها، وذلك لأن حركة الواقع ترتبط بالعقيدة الوطنية إرتباطاً قوياً.

الخبرة التاريخية القومية: وهي مصدر هام من مصادر سياسة الإعلام التربوي، فكل مجتمع يستفيد من ماضية في حاضرة ولأجل مستقبلة، فلا نُكرر أخطاء الماضي بل نستفيد منها، ونُضيف الجديد ونتجنب الأخطاء الماضية، فيحدث التراكم ونتجة إلى التطور والتقدم.

الخبرة الأجنبية: معظم الدول الأجنبية ذات خبرة كبيرة ومتقدمة في مجال الإعلام التربوي، وتمتلك سياسات قوية ومتطورة له يُمكن أن تستفيد منها الدول الأقل تطوراً وتقدماً، مع مُراعاة الظروف والعوامل الخاصة بكل دولة.

الفكر التربوي: وهو يُمثل إجتهادات عقولتميزت بالإبداع والإبتكار والرؤية الشمولية المتكاملة والمتعمقة والصبر، ويُعتبر الإطلاع على الفكر التربوي فُرصة للإستنارة والتوجية

والتفاعل الفكريين عقول ذوى إتجاهات مُختلفة مما يُفيد واضعي سياسات الإعلام التربوي.

4- الأسس التي تقوم عليها سياسة الإعلام التربوي:

تقوم سياسات الإعلام التربوي على نفسالأسس والمبادئ التي تقوم عليها سياسات الإعـلام والإتـصال، فالإعلام التربوي يعتمدعلى وسائل الإعلام والاتصال العامة في المجتمع ويستخدمها كوسائل عامة لـه لتحقيق أهدافه المنشودة في المجتمع، وتلك الأسس أو المبادئ هي كما يلي:-

الحق في الإتصال: ويُعني ذلك الحق الطبيعي للفرد في أن يجتمع مع غيره من الأفراد وأن يُعـبر عـن نفسة، وأن يعرف ويتعلم من خلال وسائل الإعلام والإتصال، وهي في مجال الإعلام التربوي تعني أن يعرف ويتعلم المبادئ والقيم التربوية والاجتماعية والأخلاقية والدينيـة الـسليمة التـي يُبنـى عليهـا المجتمع، ويكون الإلتزام بها واتباعها سبباً من أسباب تقدم المجتمـع ورقيـة، كـما يتـضمن الحـق في الاتصال حق الفرد في الرد على المعلومات والأفكار والقيم التي تأتي إليـه مـن خـلال وسـائل الإعـلام والإتصال.

الإنتفاع: ويُقصد بهذا الأساس أو المبدأ أن تكون وسائل الإعلام التربويالعامة في المجتمع مُتاحة لكـل الأفراد، وألا يقتصر الإنتفاع بها على فئة معينـة في المجتمـع دون الأخـرى، فـلا يقتـصر مجـال عمـل الإعلام التربوي مثلاً على وسائل الإعلام المـدرسي، فكـل أفـراد المجتمـع بمختلـف شرائحهـم وفئـاتهم العُمرية في حاجة إلى إعلام تربوي سليم، كما أن هناك أفراد في المجتمـع قـد فـاتتهم فُـرص التعلـيم النظامي في المدارس ويلجأون لوسائل الإعلام التربوي العامة كبديل للإنتفاع بها وبمـضمونها القيمـي والتربوي السليم.

المشاركة: وهي من الأسس الهامـة التـي تقـوم عليهـا سياسـات الإعـلام التربـوي، وتعنـي تحقيـق المشاركة العامة في عملية الإعلام التربوي بحيـث لا يكـون أفـراد المجتمـع مُجـرد متلقـين سـلبيين للرسـائل الإعلاميـة التربويـة، بـل يجـب أن يُـشاركوا فيهـا بـصورة إيجابيـة عـن طريـق المـشاركة في تخطيطهـا مـثلاً وتنفيـذها واقـتراح الأفكـار والموضـوعات التربويـة والاجتماعيـة والأخلاقيـة السليمة التي يجب أن تناقشها وسائل الإعـلام التربـوي العامـة والمتخصـصة، خاصـةما يـواجههم

من مُشكلات في تلك المجالات وطرحها ومحاولة إيجاد حلول لها، ويرجع ذلك إلى أن المُشاركة الفعالة في عملية الاتصال في مجال موضوعات الإعلام التربوي تزيد من فاعليتة وتأثيره على الأفراد وتضمن إستجابتهم لرسائلة لأن أفراد المجتمع هم العنصر الأساسي المقصود في مجال الإعلام التربوي.

5- أبعاد سياسة الإعلام التربوي:

يتوقف مدى نجاح سياسات الإعلام التربوي على مقدار الرؤية الصائبة لواضعيها، ومدة قُدرتهم على ضبط موازين القوى التي تتحرك في ظلها تلك السياسات، وأبعاد هذه الحركة، ونتصور أبعاد سياسات الإعلام التربوي بالإستناد إلى أبعاد كل من السياسات الإعلامية الإتصالية والسياسات التعليمية والتربوية في المجتمع لأن الإعلام التربوي يستخدم وسائل الإعلام العامة الإعلام العامة لتحقيق أهدافه التربوية والتعليمية والاجتماعية والأخلاقية في المجتمع، ويمكن أن نتصور الأبعاد التالية كأبعاد رئيسية لسياسة الإعلام التربوي.

البعد الإتصالي: ويتضمن دور وسائل الإعلام التربوي في تحقيق إحتياجات الجمهور المختلفة من الرسائل الإعلامية التربوية السليمة والفعالة، ويتمثل ذلك في: الحق في الاتصال في وسائل الإعلامية التربوي العامة والمتخصصة في إطار السياسة العامة للدولة، وخط سير الاتصال ومدىما يُحققة من مشاركة مجتمعية.

البعد الإقتصادي والمالي: ويُقصد به كيفية تمويل برامج الإعلام التربوي في وسائل الإعلام العامة والمتخصصة وشكل إداراتها المالية .

البعد التشريعي: ويُقصد به النصوص القانونية والتشريعية المتصلة بنشاط الإعلام التربوي، وأن تكون هذه النصوص متمنة في الدستور والقوانين العامة أو الخاصة، مثل قوانين الإعلام والإتصال، وقوانين الصحافة... إلخ أو اللوائح والمُذكرات التفسيرية، وكل ما يدخل في هذا الإطار.

البعد التنظيمي والإداري للإعلام التربوي: ويتضمن هذا البُعد أشكال التخطيط والمتابعة والتنسيق بين جميع مرافق الإعلام التربوي (الإعلام التربوي في وسائل الإعلام

العامة – والإعلام التربوي في المـدارس) والمرافـق الأخـرى التـي يتعلـق نـشاط الأعـلام التربـوي بهـا كمؤسسات الإعلام والإتصال والمؤسسات التربوية والتعليمية والثقافية والاجتماعية.

البعُد التكنولوجي: ويتضمن هذا البُعد أنواع التكنولوجيا الإتصالية والتكنولوجيا التعليميـة المتاحـة في المجتمع ومدى ملائمتهـا لتحقيـق أهـداف الإعـلام التربـوي وتلبيـة إحتياجاتـه في المجتمـع، أيـضاً الظـروف التـي أدت إلى إختيـار تلـك التكنولوجيـا ،وتـدريب الإعلاميـين التربـويين عـلى تـشغيلها وإستخدامها وصيانتها والإنتفاع بها بصورة عامة.

البعد الخاص بالمعلومات: ويُقصد بهذا البعد شكل العلاقة بـين مجـالات الإعـلام التربـوي المختلفـة، وهما مجالي الإعلام والاتصال والتربية والتعليم فيما يتعلـق بالمعلومـات والمـضمون التربـوي الموجـة لخدمة أفراد المجتمع، وما يرتبط بهمن أهمية عمـل قواعـد معلومـات بيلوجرافيـة وبنـوك بيانـات إحصائية متخصصة ومدى إستخدام هذه الخدمات في برامج الإعلام التربوي.

البعد المهني : ويُقصد به المعايير المتبعة في إختيار المشتغلين بمجال الإعلام التربوي، وتدريبهم ورفـع مستواهم المهني والعلمي، والقواعد المتبعة لضبط السلوك المهني وحماية الإعلاميين التربويين.

البُعد الخاص بالتنمية: ويُقصد بهذا البعد خُطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية والعلميةوالثقافيـة والإعلامية والتعليمية ... إلخ، خاصـة مـا يتعلـق منهـا بمجـالات الإعـلام التربـوي (مجـالات الإعـلام والتربية والتعليم) ،ومدى ملائمة نشاط الإعلام التربوي وخدمتـه ومـساهمته في هـذه الخطـط مـن أجل تنفيذها ونجاحها.

البُعد الفكري والثقافي: والمقصود بهذا البُعد هو تعزيز الثقافات الوطنية وزيادة الوعي الثقافي لدى المواطنين وتوعيتهم بمستجدات العصر، حتى يمكنهم المشاركة والمواكبة الفعلية لواقع العـصر الـذي يعيشونه، وهو بعد هام جداً في مجالعمل الإعلام التربوي.

البُعد الجماهيري: وهو بُعد هام في مجـال عمـل الإعـلام التربـوي، فـالجمهور هـو المقـصود برسالة الإعلام التربوي، فهو هدفه، ويجب أن تهتم به سياساته، بحيث يُصبح الفـرد شريكـاً إيجابياً في عمل الإعلام التربوي بما يُحقـق " ديمقراطيـة الإتـصال"، وتـشجيع الجمهـور عـلى

إبداء وجهات نظر نقدية فيما يُقدم لهم من برامج في وسائل الإعلام التربوي، وإتاحة المشاركة في تلك البرامج والوسائل لكل أفراد المجتمع، بما يُكسب هذه البرامج والوسائل شرعيتها من خلال تعبيرها الحقيقي عن أفراد المجتمع واستجابتها لإحتياجاته.

البعد الإجتماعي: ويهدف البُعد الاجتماعي في سياسات الإعلام التربوي إلى تعزيز الثقافات الوطنية، وبعض الثقافات الأُخرى، والسعي إلى غرس قيم إيجابية في المجتمع مثل" المبادرة -الإعتماد على النفس- الابتكار - الإبداع - التعاون - المشاركة وروح الجماعة - قيم الفن والجمال- ... إلخ " ، وإيجاد نوع من التوازن بين برامج ورسائل الإعلام التربوي التي تهتم بالجوانب " الأخلاقية والتربوية والتعليمية والتثقفية " وجوانب " التسلية والترفيه " بما لا يتعارض مع القيم الاجتماعية واحترام حقوق الإنسان .

البعد المجتمعي: ويُقصد به أن تكون سياسات الإعلام التربوي متماشية مع التقاليد والأعراف السائدة في المجتمع، وأن تُراعى ذلك في تصميم ووضع برامجها، فإذا كانت القيم التربوية والأخلاقية والاجتماعية هي السائدة في المجتمع فسوف نجد أن سياسة الإعلام التربوي ترجح هذه القيم وتُدعمها، وتصمم البرامج والرسائل الإعلامية الداعمة لتلك القيم.

البُعد الحكومي: ويتضح هذا البُعد أكثر في الدول النامية، حيث تُسيطر الحكومات على مقاليد الأمور فيها أكثر من المؤسسات والتنظيمات غير الحكومية، وعلى هذا فإنها تتحكم وتسيطر على برامج ووسائل الإعلام التربوي في المجتمع.

البُعد الإقليمي: ويعني تضمين برامج الإعلام التربوي ما يُساعد على التقريب بين جميع الدول العربية، وهذا للأسف قل إلى حد ما في السنوات الأخيرة بين الدول العربية، لكنه إتضح أكثر لدى دول مجلس التعاون الخليجي، حيث يوجد تعاون كبير فيما بينهم في مجال الإعلام التربوي.

البُعد الدولي: ويُقصد به تضمين سياسات الإعلام التربوي بالمعلومات المختلفة عن الدول الأخرى، الصديقة منها والإستعمارية، بما يمثل ثقافة عامة للأجيال القادمة مما يُساعدها على

تكوين وجهة نظر بشأن هذه الدول وعلاقتها بوطننا .

6- مزايا وضع سياسة واضحة للإعلام التربوي:

إن تأثير الإعلام التربوي على المجتمعات هام وخطير، فهو الوسيلة والسبيل لنشر القيم التربوية والاجتماعية والأخلاقية السليمة في المجتمع، كما أنه يُعتبر مؤشراً يدل على مدى تمسك أفراد المجتمع بتلك القيم وإلتفاهم حولها، ومدى تماسك البنية الداخلية للمجتمع، مما يُساعد على تطور المجتمع ورُقية .

من المهم جداً أن تكون هناك سياسة واضحة ومكتوبة للإعلام التربوي، من أجل أن يقوم بالدور المنوط به في المجتمع بشكل سليم، وحتى لا يكون هناك تلاعب بالسياسات كل إعلامي على حسب هواه ومزاجه الشخصي، ولكي تكون محك يتم الإحتكام إليه إذا إحتاج الأمر إلى ذلك، ولكي يقوم كل إعلامي تربوي بعملة على أكمل وجه في ضوء تلك السياسة المكتوبة .

إن سياسة الإعلام التربوي عندما تكون واضحة المعالم ومفهومة ومكتوبة في وثيقة مُتعارف عليها، يكون لها العديد من المزايا، من أهمها ما يلي:-

- زيادة فعالية الإعلام التربوي.
- تقليل فرص الوقوع في الخطأ عند تنفيذ برامجه ونشاطاته في المجتمع.
- إختصار الوقت الذي يُمكن الإستفادة منه لتحقيق أهداف الإعلام التربوي وتنفيذ برامجه.
- عدم الحاجة إلى تكرار القرارات الروتينية.
- مُساعدة الإعلاميين التربويين خاصة الجُدد منهم على تحقيق أهداف وبرامج الإعلام التربوي في إطار السياسات المكتوبة، والتي تُعتبر مُرشداً لهم للقيام بأعمالهم.

7- مسئولية وضع وبناء سياسة للإعلام التربوي:

هناك تساؤل هام جداً... من الذي له حق وضع وبناء سياسات الإعلام التربوي؟ ، البعض يتخيل أن هذاالأمر يوكل إلى المتخصصين من خلال لجان مُتعددة، وهذا صحيح جداً

ولكن ليس فيالدول النامية، لأن هؤلاء المتخصصين في تلك الدول يولفون الأمور ويُنفـذون مـا يُـشار إليهم به دون تنسيق أو تفكير.

الحقيقة أنه في الدول النامية، فإن القيادة السياسية في الدولة هي من يتولى مـسئولية وضـع وبنـاء سياسات الإعلام التربوي، خاصة إذا كانت ذات طابع حـزبي خـاص أو طـائفي أو فئـوي، فـضلاً عـن إستمرار فترة حكمها في الغالب لمدة طويلة.

أحياناً لا تتمتع تلك القيادة السياسية بالخبرة والحنكة المتعمقة في مجال الإعلام التربوي، لكن يمكن تدارك تلك المشكلة إذا كان من يُنفذ تلك السياسة من المتخصصين في مجال الإعلام التربـوي، فـإنهم سوف يتخذون من الأساليب والتبريرات، ما يجعلهم يُنفذون توجيهات القيـادة الـسياسة بمـا يتفـق مع ظروف مجال الإعلام التربوي وأهدافه ويخدمها.

في أحيان أُخرى تلجأ بعض الدول النامية – إلى إستعارة وإقتباس سياسات للإعلام التربـوي مـن بلـد آخر خاصة لو كان أجنبي وتطبقها على نفسها، فهذا لا ينجح في معظم الأحيان لأن ظروف وطبـائع المجتمعات مختلفة، كما أن إمكانيات التطبيق مختلفة أيضاً.

هناك إتجاة ثالث لمجتمعات لا تستقر على أي مما سبق ولاتبتكر سياسة لنفسها، وتكـون أقـرب إلى التخبط بحيث يكون لكل فترة زمنية سياسة للإعلام التربوي تختلف تماماً عما سبقها أو تلاها، وكأنها حقل تجارب، ومع أن التجريب مفيد لكن إذا إسـتمر لفـترة طويلـة يخرجـه عـن أن يكـون منهجـاً علمياً ويتحول لمجرد محاولة وخطأ، وهذا أمر شائع في كثير من الدول النامية، وهذا في غالب الأمـر يكون سبباً قوياً لتخلفها وعدم تطورها.

8- المبادئ التي تقوم عليها سياسة الإعلام التربوي:

ويُقصد بها الأسس والمبادئ والمواصفات التي تجعل سياسـة الإعـلام التربـوي صـلبة البنيـان راسـخة القواعد، ذات أهداف واضحة مُحددة، ومن هذه المبادئ والأسس ما يلي:-

المرجعيــة المجتمعيــة: ويُقــصد بهــا الرؤيــة العامــة التــي تُــشكل الإطــار الفكــري للمجتمــع وأيديولوجيته، أي ما يُسمى بالهوية المجتمعية. والتـي تُـشير إلى الأسـس العقائديـة التـي تحكـم البنية الكُلية للمجتمع، والإعلام التربـوي بمـا أنـه يـتم ويُنفـذ في المجتمـع، فـلا بـد أن يـستند إلى

تلك المرجعية المجتمعية أثناء عملية وأدائه لوظائفه المجتمع.

المنهج العلمي: القيم والأهداف التربوية والاجتماعية والأخلاقية أمر يهم كل أفرادالمجتمع،وتستند في ذات الوقت إلى علوم ودراسات، وعلى هذا فسياسة الإعلام التربوي يجب أن تستند إلى منهج علمي يضعه المتخصصين من أهل العلم في مجال الإعلام التربوي والإعلام والتربية والاجتماعية وعلم النفس وجميع العلوم التي لها صلة بمجال الإعلام التربوي.

التغذية المرتدة: وهي تعني وجود قنوات توصيل في مجال سياسة الإعلام التربوي بين المتخصصين في وضع تلك السياسة وبين مختلف الشرائح والقوى والمستويات المجتمعية (الشعبية) المستفيدة من تلك السياسة، من أجل أن تُعبر عن رأيها وتقييمها لنتائج تطبيق تلك السياسة وما قد تراه من مشكلات فيها.

العقلانية: ويُقصد بها العقلانية في وضع سياسة للإعلام التربوي، فلا يجب أن تُبنى سياسات الإعلام التربوي على أساس إرضاء الجمهور، بل يجب أن يتم وضع تلك السياسة بما يخدم مصلحة المجتمع، كما يجب النظر والمقارنة بين سياسات الإعلام التربوي في البلدان الأُخرى لكي نستفيد منها في مميزاتها وعيوبها، حتى نأخذها بعين الاعتبار عندما نضع سياسة للإعلام التربوي خاصة بمجتمعنا بقدر من العقلانية.

المأسسة: وتنسب إلى كلمة مؤسسة، ويُقصد بها ألا ينفرد شخص أو أي فرد بصنع سياسة الإعلام التربوي وفلسفته أياً كان وضعه وموقعة لأن الأشخاص يتغيرون وتتغير أماكنهم، ولا يجب أن تكون سياسة الإعلام التربوي مرهونة برأي شخص وفكرة، بل يجب أن تضعها المؤسسات أو الهيئات المسئولة عن الإعلام التربوي من أجل تحقيق آماله وأهدافه المنشودة في المجتمع .

الإتساق: ويُقصد به أن تتعامل سياسات الإعلام التربوي مع جميع أفراد المجتمع بكافة شرائحة وطوائفة المجتمعية، بمعنى أن يكون هناك توازن وإتساق في أهداف الإعلام التربوي في الريف والحضر والمناطق النائية، والمدن الكبرى والصغرى و...إلخ .

الموروث الحضاري والثقافي: الموروث الحضاري والثقافي يُعتبر ذاكرة الأمة، ولا بد من أخذه في الاعتبار عند وضع سياسات للإعلام التربوي، كذلك الحال بالنسبة للحاضر

وتجارب الدول الأخرى العربية والأجنبية لا بد من أخذها في الاعتبار للإستفادة منها، مع مُلاحظة ألا يطغى الموروث الحضاري والثقافي على الحاضر والمستقبل، وألا نهتم ونأخذ من تجارب الدول الأخرى وننسى واقعنا وتُراثنا الحضاري.

إستشراف المستقبل: يعني أنه يجبعلى سياسات الإعلام التربوي أنتراعى سرعة الزمن وإيقاع الحياة الذي أصبح سريعاً جداً بما يفوق الخيال وتستعد لمواجهة المستقبل ومواكبته .

9- خطوات تحديد سياسة الإعلام التربوي:

سياسة الإعلام التربوي تعني: الإختيار والتحديد من بين الأهداف العامة ونقل تلك الأهداف إلى مستوى الأغراض، وهو المصطلح الذي قد تتخذه الأهداف عندما تكون أكثر تحديداً، وتُعتبر سياسة الإعلام التربوي بهذا المعنى بمثابة الأحكام التي تُعبر عن الجهود التنظيمية التي ينبغي أن تُبذل لتحقيق أغراض أو توقعات أو تطلعات يستهدفها المجتمع وأفراده في مرحلة من مراحل تطوره.

إن سياسة الإعلام التربوي هي الخطوة التالية بعد فلسفة الإعلام التربوي في توجيه نشاطه، ففلسفة الإعلام وفلسفة التربية والفلسفة الاجتماعية تمنح سياسة الإعلام التربوي مبرراتها الواقعية، كما توفر لها الشمول والتكامل وتجعلها جُزءاً من عملية عقلانية منظمة تبدأ بوضع الفلسفة الخاصة بالإعلام التربوي المستمدة من الفلسفة التربوية والفلسفة الإعلامية والفلسفة الاجتماعية وتنتهي بخطط الإعلام التربوي وما فيها من برامج ومشروعات.

إن فلسفة الإعلام التربوي تلتحم مع سياسات الإعلام التربوي، ولكنها سابقة عليها من حيث الترتيب، وبلورة تلك الفلسفة في مرحلة أكثر تحديداً هي سياسة الإعلام التربوي وعلى هذا فإن تحديد سياسة الإعلام التربوي لا يحدث إلا بعد التفكير وتقليب الآراء، وعلى هذا ويُمكن تلخيص تلك العملية كما يلي:-

- التأكد من أن أهداف الإعلام التربوي تتماشى وتتسق مع الأهداف الأخرى العامة في المجتمع مثل أهداف الإعلام وأهداف التربية والأهداف المجتمعية الأخرى.

- إستخلاص أهداف الإعلام التربوي من الاتجاهات العامة لسياسة البلاد.

- تحقيق الإنسجام بين أهداف الإعلام التربوي والأهداف الأخرى المُحددة في القطاعات الأخرى في المجتمع.

- أن سياسة الإعلام التربوي لا تنحصر في رسم بعض المبادئ التوجيهية العامة، بل لابد من أن تشتمل على مجموعة من الأهداف الخاصة المترابطة فيما بينها ترابطاً قوياً، ومن بينها الأهداف ذات الطابع الديني والأخلاقي والاجتماعي والقيمي، مما يقدم فكرة واضحة عن مفهوم الإعلام التربوي.

- تحديد أهداف الإعلام التربوي المتماشية مع الإختيارات القومية الكُبرى، وبعد ذلك يُمكن تحديد الأهداف التربوية والأخلاقية والدينية والاجتماعية التي تتضافر فيما بينها لتحقيق غايات الإعلام التربوي المنشودة طبقاً لفلسفة المجتمع في الحياة ولمتطلبات التنمية.

- تحديد الخطوط العريضة لأهداف الإعلام التربوي التي هي الشرط الأساسي لتحقيق الأهداف الأُخرى المرسومة من أجل تنمية وتطوير وتقدم الوطن.

- أخيراً تُحدد الأهداف المحصورة في مجال الإعلام التربوي، مع مُراعاة أن تُعبر تعبيراً صادقاً عن الاتجاهات السائدة في المجتمع باختلاف شرائحة وطبقاته .

- بعد تحديد الأهداف يتم تصنيفها بحسب الأسبقية، وتسجيلها ضمن مُخطط متماسك يُمكن أن نُطلق عليه تسمية " سياسة الإعلام التربوي ".

10- مراحل وضع سياسة للإعلام التربوي:

إن سياسة الإعلام التربوي هي الإطار الموجة لحركة الإعلام التربوي في المجتمع، ويجب أن تخضع عملية وضعها وصُنعها إلى إجراءات "مراحل" تتسم بقدر كبير من التأني والحيطة والأسلوب العلمي، ومُراعاة ظروف المجتمع حتى نضمن سلامتها وصحتها، وتميزها بالإستقرار النسبي، مما يُعطي القائمين على الإعلام التربوي فُرصة تنفيذ تلك السياسات، وهذه المراحل كما يلي:ـ

أولاً: معرفة تجارب المجتمعات السابقة: عند وضع أي سياسة لا بد من معرفـة تجـارب المجتمعـات التي سبقتنا فيمستوى التقدم، بهدف معرفة أسباب تقدمها ونظمها التي ساعتها على هـذا التقـدم، ويحدث هذا من خلال القراءة والبحث عن هذه المجتمعات، وإرسال عدد من المتخصصين إليهـا في مهمات علمية مثلاً من أجل دراسة نظموسياسات الإعـلام التربـوي فيهـا وفلـسفته وأهدافـه...إلـخ، وتدوين نتيجة هذه الدراسة في تقارير تُوضع أمام الذين سـيتولون صـناعة سياسـة الإعـلام التربـوي بهدف الاستفادة منها.

ثانياً: إختيار من يقومون بوضع سياسة الإعلام التربوي: فيجب أن يكون هناك حرص شـديد جـداً في إختيار من يقومون بوضع سياسة الإعلام التربوي، وأن يسترشدوا بدليل يُعينهم على التركيز والبحـث والكشف عن جوانب مُعينة تُفيد في صنع أو وضع تلك السياسة، وملاحظـة علاقـات بـذاتها، وذلـك لأن المطلوب ليس فقط مُجرد الرصد والتسجيل بلمطلوب أيضاً دقة وبـصيرة ووعـي ناقـد وجـولات ميدانية في كل مجال يتبع الإعلام التربوي.

ثالثاً: النظر لمجال الإعلام التربوي ككل: من أهم إجراءات وضع سياسة الإعلام التربوي هي التـصدي لمجال (موضوع) الإعلام التربوي ككل مما يُتيح الفرصـة لنظـرة عامـة شـاملة لـذلك المجـال، وهـي مهمة سياسة الإعلام التربوي، مع مراعـاة عـدم إغفـال بعـض الجوانـب الـصغيرة في سياسـة الإعـلام التربوي وذلك أثناء النظرة الكُلية له، فُهناك بعض النقاط الصغيرة التي قد يكون لها وزن وتأثير على مجال الإعلامالتربوي بصفة عامة.

رابعاً: الإعلام التربوي مجال يهم جميع قطاعات المجتمع: إن الإعلام التربـوي مجـال لهتفاعلاتـه مـع نظم المجتمع الأخرى مثل (الدين – الأخلاق- الاجتماع- الإعلام – التربية – الثقافة ... إلـخ) والكثـير من قطاعات المجتمع المختلفة، مما يـستلزم مـشاركة متخصـصين مـن هـذه القطاعـات في مُناقـشة جوانب تهمهم في مجالالإعلام التربوي، والإنتهاء إلى تقرير مثلاً يُسجل أهم النتائج التي تم التوصـل إليها.

من أهم الإجراءات الواجب مراعاتها عند وضع سياسـة للإعـلام التربـوي هـي تـشكيل لجـان لمختلف المجالات التي يتواجد فيها الإعلام التربـوي (المـدارس – الجامعـات- وسـائل الإعـلام ...) مـن أجـل معرفـة مـا تواجهـة تلـك القطاعـات مـن مـشكلات وصـعاب، لأن ذلـك يُتـيح

فُرصة جيدة لإعطاء صورة حقيقية لواقع الإعلام التربوي تفيد جداً في وضع سياسة مناسبة له.

- الإعلام التربوي قضية أومجال يهتم جميع أفراد وقطاعات المجتمع، فلا بد إذن من مشاركة جميع فئات المجتمع في مناقشة قضية (مجال) الإعلام التربوي، ويتم ذلك مثلاً من خلال الاستعانة بالصحف والمجلات والإذاعة والتليفزيون بأن يخصصوا أماكن وأوقات مُعينة لنشر وإذاعة آراء وأفكار المستمعين والمشاهدين من كل فئات المجتمع وشرائحة، ثم بعد ذلك يتم جمع كل هذه الآراء والملاحظات وتلخيصها وتصنيفها بأمانة وحيادية وموضوعية تفيد فيوضع سياسته.

خامساً: وهي آخر مرحلة أو آخر إجراء في إجراءات وضع سياسة للإعلام التربوي، في هذه المرحلة يتم تجميع مختلف التقارير والدراسات السابقة من المصادر المعنية بمجال الإعلام التربوي والسابق ذكرها، ثم يُشكل مجلس من ذوى الاهتمام والاختصاص في مجال الإعلام التربوي لدراسة هذه التقارير والدراسات من أجل دراستها والإستناد إليها في وضع سياسة للإعلام التربوي تبنى على أساس فلسفته وأهدافه المرتبطة بفلسفة وأهداف الأعلام وفلسفة وأهداف التربية .

11- أهداف سياسة الإعلام التربوي:

إن الهدف الأساسي لأي سياسة هو جعل عمل ما أو نظام ما يتم بطريقة منهجية ومنظمة، فإذا كان الهدف الأساسي للإعلام التربوي هو بث وتدعيم القيم والأهداف التربوية والأخلاقية والاجتماعية السليمة في المجتمع، فإن السياسات الأكثر قُرباً تكون هي تلك التي تدفع بالإعلام التربوي لكي يُحقق تلك الأهداف.

وتوجد مجموعة من الخطوط العامة لفلسفة وسياسات وأهداف الإعلام التربوي في مصر، وهي كما يلي:-

- تهدف سياسة الإعلام التربوي في مصر إلى تأكيد الإلتزام الخُلقي والتربوي في محتوى وسائل الإعلام، وذلك من خلال خلق رقابة فعالة على جميع وسائل الإعلام

في المجتمع.

- الإتجاة إلى تحقيق الضبط الاجتماعي عن طريق الإقناع، بحيث تكون وسائل الإعلام التربوي العامة والمتخصصة مُدركة لوظيفتها التربوية.
- الإرتقاء بجميع مجالات المعرفة الإنسانية، فلقد أصبح الصراع بين الأمم الآن صراعاً حضارياً وعلمياً.
- الإرتفاع بمستوى برامج التسلية والترفية، لأن البرامج التي تحتوي على إسفاف وسطحية تؤثر في مستوى ثقافة وذكاء الجماهير.
- تبني برامج جادة فيما يتعلق بالأنشطة التربوية والتعليمية في جميع مؤسسات التربية التعليم.
- الإسهام في عملية التنمية الشاملة، خاصة تنمية الجانب الإنساني الذي يُعد من أهم وسائل التنمية وغايتها.
- جعل أفراد المجتمع أكثر قُدرة على الحصول على الخبرات والمعارف من خلال ما تقدمة وسائل الإعلام التربوي المختلفة من رسائل ومضامين ومعلومات مفيدة.
- جعل أفراد المجتمع أكثر قُدرة على التفتح على القضايا الراهنة ومعرفة ما يجري حولهم في شتى الميادين .
- جعل الطلاب أكثر قُدرة على التعبير عن أنفسهم، وتنمية الحس النقدي لديهم حولما تُقدمة وسائل الإعلام التربوي.
- التعارف بين الأفراد والمجتمعات والأُمم، ونشر روح التسامح والانفتاح الفكري بينهم من خلال برامج وأنشطة الإعلام التربوي التي توضح للأفراد عادات وتقاليد وأعراف وتاريخ المجتمعات الأخرى.
- الإسهام في تكوين المجتمع وأن يكون التعليم للجميع، وألا يقتصر على المعرفة في عمليات التعليم والتعلم، وإنما العناية الكاملة بالخلق والإرادة والعمل المنتج.
- تلمس مشكلات المجتمع والعمل على بث الوعي بها والمساهمة في حلها ومعالجتها إعلامياً، والاهتمام بالفئات الخاصة ومعالجة مشكلاتهم.

- التواصل بين المسئولين والأفراد في المجتمع مـن خـلال نـشر الأخبـار وتزويـد الـرأي العـام بالمعلومات الصحيحة عن البرامج والمشروعات التعليمية والتربوية التي تُحقـق المـسئولية الجماعية للعمل التربوي .

- إعداد المجتمع وتأهيل أبنائة للإنفتاح على كافة الثقافات الوافدة مع الحفاظ على الهويـة الثقافية والذاتية المصرية.

- الإرتقاء بمستوى الرسالة الإعلامية من حيث الشكل والمضمون بما يُحقق فاعليتها ووصولها إلى الجماهـير وتجـاوبهم معهـا في الـداخل والخـارج، ووجودهـا المـؤثر والمتميـز في عـصر الفضائيات.

- دعم النظام العام للمجتمع والمساهمة في إثراء التطور الديمقراطي الذي يتم في إطار مـن قيم المجتمع المصري وتقاليده، وتفاعلاً مع ظروفه وإمكاناته وإستجابة لحركة تطوره .

أما عن رؤيتنا الخاصة بشأن أهداف سياسة الإعلام التربـوي: فإنهـا تهـدف إلى بـث ونـشر وتوصـيل رسائل إعلامية ذات قيم تربوية وأخلاقية واجتماعية أصيلة إلى جميع أفراد المجتمع.

- تعريف أفراد المجتمع بأهمية مجال التربية والتعليم، ودوره في خلق المجتمعات المقدمـة، وبث قيم العمل والإنتاج والإخلاص فيه لدى جميع أفراد المجتمع لـدعم تطـوره وتقدمـة وتنميته في كافة المجالات.

- بث القيم الإنسانية في نفوس أفراد المجتمع، والحفاظ على آدمية الفرد وحقوقة وواجباته تجاة وطنة وأهلة ونفسه، وبث قيم تقبل الآخر، وتقبل الإختلاف بـين الأفـراد في المجتمـع الواحد.

- تهدف سياسة الإعلام التربوي إلى بث قيم الولاء والانتماء للوطن في نفوس الصغار والكبـار أيضاً، وتنشئة الصغار على حُب الوطن والتضحية من أجله.

- تهدف سياسة الإعـلام التربـوي إلى القيـام بمهمـة التربيـة الإعلاميـة في المجتمـع لجميـع أفراده، من خلال وسائلة وأدواته المتعددة من أجل تعريف المُتلقين بأساسـيات وسـائل الإعـلام وكيفيـة عملهـا وتأثيراتهـا بهـدف تنـشئتهم تنـشئة تربويـة إعلاميـة سـليمة

وإكسابهم القُدرة على مهارة التعامل الواعي مع وسائل الإعلام.

12- سياسة الإعلام التربوي في مصر

تنطلق سياسة الإعلام التربوي في مصر من ضرورة تفعيل دورة في المجتمع، وتحقيق وظائفة وأهدافة التي نشأ من أجلها، ودعم السياسة العامة في الدولة للنهوض بالمجتمع وتطويره وتحقيق التنمية الشاملة فيه.

- وفيما يلي نتحدث عن بنود سياسة الإعلام التربوي المقترحة:ـ
- حق جميع أفراد المجتمع في تلقي رسائل ومضامين إعلامية ذات قيم وأهداف تربوية وأخلاقية وإجتماعية سليمة.
- مساندة وتدعيم العملية التربوية والتعليمية في تحقيق أهدافها، وسد أوجهة القصور فيها، وتوعية أفراد المجتمع بأهمية التربية والتعليم، ودورها في خلق مجتمع متقدم.
- تنمية وزيادة وعي وثقافة أفراد المجتمع في كافة المجالات وجعلهم يشعرون بتحمل المسئولية تجاه مجتمعهم.
- العمل على تماسك البنية الداخلية للمجتمع (تماسك أفراد المجتمع) والنهوض به وتطويرة وتحصينه من الرسال الإعلامية الهدامة.
- إكساب جميع أفراد المجتمع مهارة التعامل الواعي مع وسائل الإعلام، والقدرة على إنتقاء المحتوى الإعلامي الهادف من أجل مواجهة التحديات والأخطار التي تحيط بمجتمعهم.
- بناء رسائل إعلامية تربوية هادفة على سياسة واضحة محددة، وتخطيط علمي سليم.
- التوظيف الأمثل لجميع الخبرات في مجال الإعلام التربوي وإستثمارها بما يخدم أهدافة ويحقق مصلحة الوطن.
- مواكبة فكر العصر ووسائلة وأدواته في مجال الإعلام والتربية والتعليم.
- نبذ مفاهيم الكراهية والحقد والصراع بين الأفراد والتأكيد على الحوار الهادف وإحترام الغير.
- إن التربية السليمة هي أساس تقدم أي مجتمع ورقية وتحقيق أساليب التنمية الشاملة فيه.

الفصل الثاني

تخطيط الإعلام التربوي

✍تمهيد:

✍المبحث الأول: التخطيط.

✍المبحث الثاني: التخطيط في مجال والإتصال.

✍المبحث الثالث: التخطيط في مجال التربية والتعليم.

✍المبحث الرابع: التخطيط الإستراتيجي في مجال التربية والتعليم.

✍المبحث الخامس: التخطيط في مجال الإعلام التربوي.

الفصل الثاني

تخطيط الإعلام التربوي

تمهيد:

يعد التخطيط بصفة عامة السمة المميزة للحياة، بل أنه الحياة نفسها، هو النظام وعكسه الفوضى والارتجال... فالإنسان يحدد هدفاً ويدرس كافة الإمكانيات المتاحة والقوى المتوفرة لديه، ويرسم خطة يقوم بتنفيذها من أجل بلوغ ذلك الهدف، وهذا هو أساس التخطيط .

ويعتبر التخطيط العلمي هو الضمان الوحيد لاستخدام جميع الموارد الوطنية المادية والطبيعية والبشرية بطريقة علمية وعملية لتحقق الرفاهية للمواطنين من أجل تحقيق التنمية المطلوبة، ولذلك فإن التخطيط العلمي هو أول مرحلة من مراحل العملية الإدارية التي تسبق جميع الوظائف الأخرى وتحدد نطاقها.

إن التخطيط يرتبط بالضرورة بأفراد يملكون الوعي والمعارف والتجارب والمهارات والوسائل، فهو يعني الحاضر والمستقبل، ويعني وضع خطة بعد القيام بدراسات مستفيضة قبل البدء في تنفيذ أي من المشروعات الإقتصادية أو التعليمية أو التربوية أو الإنتاجية أو الثقافية أو الإعلامية أو السياسية، أو أي مشروع يخدم الحاضر ويعمل من أجل المستقبل في كافة المجالات، مع حشد كافة الإمكانيات المتاحة اللازمة للتنفيذ بنجاح والوصول إلى الأهداف والنتائج المرجوة السابق التخطيط لها .

يشير التخطيط إلى التدخل العلمي لتوجيه التفاعل بين الموارد البشرية والمادية، وذلك بالاعتماد على أسلوبين أساسيين وهما الأسلوب العلاجي ... والذي يهدف إلى إبطال مفعول تأثير العوامل الناتجة عن نقص القدرات والإمكانيات وعلاج ما يترتب على ذلك من النواحي الإقتصادية والإجتماعية والسياسية، والأسلوب الوقائي ... والذي يهدف إلى القضاء على عوامل استهلاك وضياع القدرات والطاقات البشرية بالإضافة إلى تقوية وتدعيم العوامل التي تُنمي وتعزز هذه القدرات والطاقات البشرية.

إن التخطيط يعتبر أحد العناصر الجوهرية في عملية الإدارة، لأن أساس نجاح أي مؤسسة هو توافر التخطيط العلمي السليم الذي يحدد الأهداف ويرسم الطريق الأمثل لتحقيقها عن طريق التوظيف العلمي الدقيق للمتاح من الموارد والإمكانيات التي تخضع لتأثيرات متباينة من مجموعة متعددة من المتغيرات مع أهمية الأخذ في الاعتبار القيود التي قد تقف عقبة في سبيل التخطيط.

والخطة تشتمل على ثلاث مراحل كما يلي:

- المرحلة الأولى: تحديد الأهداف.
- المرحلة الثانية: تحديد الإمكانيات اللازمة لتحقيق الأهداف.
- المرحلة الثالثة: أساليب تحقيق الأهداف.

ولكي نتحدث عن تخطيط الإعلام التربوي، لا بد لنا من أن نتحدث عن:

- معنى التخطيط بصفة عامة.
- التخطيط الإعلامي.
- التخطيط التربوي.

ومفهوم ومراحل كل منهما، وذلك لأن الإعلام التربوي يأتي من تعاون وسائل الإعلام مع وسائل التربية والتعليم لتحقيق الأهداف المنشودة، ثم نخلص في النهاية لوجهة نظر خاصة بالمؤلفة نحو تخطيط الإعلام التربوي في مصر، وذلك كما يلي:-

المبحث الأول

التخطيـــط

1- تعريف التخطيط.
2- أهمية التخطيط.
3- مميزات وخصائص التخطيط.
4- أنواع الخطط.
5- مراحل التخطيط.
6- عوامل نجاح التخطيط

المبحث الأول

التخطيط

1- تعريف التخطيط (planning) :

التخطيط : هو منهج يتضمن عدة إجراءات لتحقيق غايات أو أهداف مرغوب فيها والتخطيط الكفء يعني اتخاذ قرارات رشيدة في رسم السياسات المختلفة وتنفيذها، ويجب أن تتضمن تقريراً دقيقاً للوسائل والغايات .. أي أن التخطيط هو تحديد أهداف ورسم سياسيات.

التخطيط: هو أسلوب تنظيمي يهدف إلى تحقيق التنمية في كافة أنشطة المجتمع خلال فترات زمنية محددة، وذلك عن طريق حصر الإمكانيات المادية والبشرية وتعبئتها وجعلها قادرة على تحقيق أهداف المجتمع وغاياته في ضوء الفلسفة العامة للمجتمع بواسطة الإعداد العلمي للعملية التخطيطية في كافة مراحلها.

التخطيط: عبارة عن مجموعة من المراحل والخطوات التي تتخذ لمواجهة الظروف خلال فترة زمنية مستقبلية، ويبدأ التخطيط كنظرة مستقبلية بالتفكير ومحاولة التنبؤ بما يمكن أن تكون عليه الظروف المستقبلية مع الأخذ في الاعتبار المتغيرات والظواهر التي يمكن أن تلعب دوراً أساسياً في التحكم في الصورة المستقبلية، ودراسة كل الإمكانيات والموارد والجهود التي يمكن استخدامها وكيفية الاستخدام الأمثل لها، ثم تأتي أخيراً مرحلة تحديد الأهداف ورسم السياسات التي يجب إتباعها خلال الفترة الزمنية المقبلة التي يوضع لها التخطيط بغرض تنفيذ هذه الأهداف، واتخاذ القراءات على ضوء التصورات والتنبؤات والموارد المتاحة والممكنة التي يمكن بمقتضاها مواجهة ظروف المستقبل وتحقيق الأهداف المطلوبة التي أمكن تحديدها.

التخطيط هو: عملية تحديد الأهداف المنشودة وتحديد الطرق للوصول إلى هذه الأهداف.

التخطيط يشمل تحديد الأهداف ووضع السياسات، وتصميم البرامج وتفصيل الخطوات والإجراءات والقواعد، كل ذلك في إطار زمني وبيئي معين، وذلك حتى تسير الإدارات

والأقسام على أساس واضح، ويسهل الاتصال بينها والتنسيق بين أنشطتها، وتستطيع أن تجد الوسائل العلمية الملائمة لاستغلال مواردها والتكيف مع بيئتها ومواجهة التغيرات التي قد تحدث من حولها والتوافق معها.

التخطيط هو: أحد الوظائف الإدارية الرئيسية، ويغطي مجالاً واسعاً من الأنشطة ابتداء من الإحساس المبدئي بالحاجة إلى العلم بشيء ما إلى التحديد القاطع لما يجب عمله ومتى؟ ومن يقوم بالتخطيط؟.

التخطيط هو تحديد الأعمال أو الأنشطة، وتقدير المواد واختيار السبل الأفضل لاستخدامها من أجل تحقيق أهداف معينة.

التخطيط هو: الاختيار المرتبط بالحقائق ووضع استخدام الفروض المتعلقة بالمستقبل عند تصور وتكوين الأنشطة المقترحة التي يعتقد بضرورتها لتحقيق النتائج المنشودة.

التخطيط: يشمل التنبؤ بما سيكون عليه الوضع في المستقبل مع الاستعداد لهذا المستقبل.

التخطيط هو: التقرير سلفاً بما يجب عمله؟ وكيف يتم؟ ومن الذي يقوم به؟

التخطيط هو: الاختيار بين البدائل من الأهداف والسياسات والإجراءات والقواعد مع تحديد الوسائل لبلوغها.

التخطيط هو: مرحلة التفكير في المستقبل، والتنبؤ بالمشكلات والإمكانيات والاحتياجات، والاستعداد للمستقبل، وهو يتطلب وضع الأهداف المطلوب تحقيقها،

ورسم السياسات والإجراءات للاسترشاد بها والالتزام بها كطريق لتحقيق الأهداف التنبؤ وإعداد الموازنات (بالإمكانات والاحتياجات من الموارد والأموال والأشخاص ... إلخ) وضع برنامج العمل والجداول الزمنية للتفكير في جزئيات العمل والوقت اللازم لكل منها .

يعرف التخطيط بأنه: مرحلة التفكير التي تسبق تنفيذ أي عمل والذي ينتهي بإتخاذ القرارات المتعلقة بما يجب عمله وكيف يتم ومتى يتم ذلك، فهو أسلوب تفكير للمستقبل واستعراض إحتياجات ومتطلبات هذا المستقبل وظروفه حتى يمكن ضبط التصرفات الحالية

بما يكفل تحقيق الأهداف المقررة.

التخطيط: نظام متميز يختص بتجميع الموارد اللازمة لتنفيذ الأنشطة، لإنجاز أهداف محددة في ظل ظروف بيئية معينة.

2- أهمية التخطيط:

- يعمل التخطيط على زيادة الكفاءة والفاعلية الإدارية، ويبين ويُحدد الأهداف المنشودة بوضوح.
- يمكن بواسطة التخطيط التعرف على المشكلات المتوقع حدوثها وعمل اللازم لتلافيها والاستعداد لها قبل وقوعها.
- يؤدي التخطيط إلى تخفيض الوقت اللازم للقيام بالأنشطة المخططة.
- يبين التخطيط مقدماً جميع الموارد اللازم إستخدامها كماً ونوعاً، ويعمل على الإستخدام الأمثل لتلك الموارد، والإمكانيات المتاحة، مما يؤدي إلى تخفيض التكاليف والعمل غير المنتج إلى أدنى حد.
- يساعد التخطيط على التنسيق بين الأنشطة المختلفة، ويقلل من النشاط العشوائي والجهود المتداخلة غير الضرورية والأعمال غير المرتبطة بالموضوع، ويكشف عن فرص محددة كانت غير معروفة من قبل.

3- مميزات وخصائص التخطيط:

تتسم عملية التخطيط بمجموعة من الخصائص والمميزات، نتحدث عنها فيما يلي:

- يتميز التخطيط بالنظرة المستقبلية، حيث تتحقق الأهداف المرغوبة في الفترة القادمة التي قد تطول أو تقصر منذ إعداد الخطة، فالتخطيط يتعامل مع ظروف ومتغيرات لم تحدث بعد ولكنها متوقعة أو محتملة.
- من أهم خصائص التخطيط تقدير الفرص تقدير الفرص المتاحة في المستقبل والعمل على إستثمارها من ناحية والتنبوء بالمشكلات أو الأخطار المحتملة وكيفية مواجهتها أو تجنبها من ناحية أخرى.

- يتميز التخطيط بأنه سلسلة متدفقة ومترابطة من الأنشطة التي تبدأ بتحديد الأهداف وإعداد السياسات والإستراتيجيات الموضحة لإتجاهات العمل وقواعد ومعايير إتخاذ القرارات، وتوفير الظروف والأوضاع المساعدة على تحقيق الأهداف وتطوير الخطط والبرامج.

- يعكس التخطيط منطق النظام وفلسفة الإلتزام بالعمل في إطار مرسوم ومحدد، فالتخطيط نمط للسلوك وأسلوب في الحياة يعتمد النجاح فيه على الأخذ بأسلوب التخطيط الذي يخلق مناخ يحابي المنطق والفلسفة القائم عليها.

- من أهم خصائص ومميزات التخطيط أنه هيكل متكامل من الخطط تختص كل منها بجانب أو آخر من العمل لتحقيق الهدف الأكبر، كما يجب أن تتبلور كل عملية تخطيط في خطط واضحة محددة، وإن لم تتوافر تلك الخطط يُصبح التخطيط إهداراً للوقت والمال بدون عائد.

- التخطيط يتميز بالموضوعية والتجرد والثبات، حيث يتم رسم صورة مستقبلية مُفصلة للعملية التخطيطية يتم فيها تحديد الاحتياجات المختلفة والخطوات المستقبلية وجميع ما يتعلق بالعملية التخطيطية قبل البدء فيها.

- التنبؤ بالمستقبل على أساس علمي، ويقصد به الكشف عن الإتجاهات والأحداث المستقبلية وإفتراضات حدوثها في الواقع بما يتضمنه من ظروف مؤثرة على الخطة، وحصر الحاجات الأساسية وترتيبها حسب الأولوية أو الأفضلية، وتقدير موارد المجتمع تقديراً دقيقاً للتعرف على إمكانياته المادية والبشرية، وتحديد إحتياجاته تحديداً واقعياً دقيقاً مع الوضع في الإعتبار نسبة معينة من الخطأ في تقدير هذه الفروض خلال فترة زمنية محددة.

- الإستعداد والإعداد لمواجهة المستقبل، وهذه السمة تعد بمثابة الجانب العلمي أو التطبيقي للتخطيط، وتشمل إتخاذ الإجراءات والقرارات الكفيلة بوضع الخطة موضع التنفيذ خلال المدة المحددة، وكذلك توضيح الوسائل والنظم الموجودة في

المجتمع التي يمكن الإستعانة بها في تحقيق الأهداف المنشودة.

4- أنواع الخطط:

يتحدد نوع الخطط المختلفة في ضوء المنظور الذي يُنظر منه عند وضع الخطة وذلك كما يلي:

حسب الفترة الزمنية للتخطيط:

ويتحدد نوع الخطط هنا على أساس المدى الزمني للتخطيط ما بين خطط قصيرة المدى (الخطة السنوية) وخطط متوسطة المدى (الخطة الخمسية)، وخطط طويلة المدى أو طويلة الأجل ويستغرق تنفيذها فترة طويلة.

أنواع الخطط حسب شمول التخطيط:

وتقسم الخطط هنا إلى خطط شاملة وهي التي تغطي كافة نشاطات الدولة، وخطط نوعية أو خطط جزئية وهي تلك التي تختص بنشاط أو جانب واحد من جوانب التنمية في المجتمع.

الخطط حسب التقسيم الجغرافي والإقليمي:

تقسم الخطط إلى خطط قومية هدفها مثلاً تخطيط برامج الإعلام والتعليم على مستوى الدولة كلها، وخطط إقليمية هدفها تخطيط المجال في إقليم بذاته.

الخطط من حيث النطاق المكاني:

ويقصد بها درجة مركزية التخطيط، فهناك نوعين من التخطيط هما: التخطيط المركزي، والتخطيط اللامركزي.

الخطط من حيث الهدف منها:

تصنف الخطط من حيث الهدف منها إلى التخطيط الإداري والتخطيط الاقتصادي والتخطيط السياسي، والاجتماعي والأمني، وقد تقتصر الخطة على نوع واحد من هذه الأنواع أو تتضمن الأنواع السابقة كلها.

- تختلف عملية إعداد الخطط وأنواعها من بلد إلى آخر، ويتوقف ذلك على عدة

عوامل منها ما يلي:

- مدى وجود تقاليد ثابتة في التخطيط.
- مدى التكامل بين الخطط الاقتصادية وخطط الإعلام أو التعليم.
- مدى توافر الإحصاءات اللازمة للتخطيط.
- مدى التقدم الإداري في البلاد ووضع النظام (الإعلام_التعليمي) .. وبقية الأنظمة من الناحية القومية.

5- مراحل التخطيط:

إن عملية التخطيط هي عملية مستمرة ومتجددة، وليست عملية وقتية، وتتضمن مجموعة من المراحل والخطوات المتعاقبة التي يتوقف نجاح كل منها على نجاح الخطوة السابقة عليها، ويضع الخبراء في مجال التخطيط تصوراً لعملية التخطيط على شكل دورة متجددة لا تنتهي وتتكون من الخطوات التالية:

- دراسة شاملة للظروف والمتغيرات المحيطة بالمؤسسة والتي يمكن أن تؤثر فيها في المستقبل.
- الخروج بمجموعة من الإفتراضات عما يُحتمل أن تكون عليه الظروف المستقبلية بناء على هذه الدراسة وعلى ضوء الخبرات المتراكمة لدى القائمين بالتخطيط.
- تحديد الأهداف التي تسعى الإدارة العليا بالمؤسسة إلى تحقيقها خلال الفترة الزمنية المقبلة 5 أو 10 سنوات مثلاً.
- تحديد الموارد والإمكانيات المطلوبة لتنفيذ هذه الأهداف من حيث الموارد البشرية والمادية والفنية.
- دراسة إمكانية الإستفادة القصوى من العناصر السابقة والموارد بما يتيح أفضل ناتج ممكن.
- تحديد الوقت اللازم للإنتهاء من الخطة ككل، ولإنهاء كل جزئية من جزئياتها.

- وضع البرامج الزمنية وترتيب الخطوات التنفيذية من حيث التوقيت بما يـؤدي في النهايـة إلى إمكانية التحكم في عنصر الوقت تحكماً دقيقاً، مع توافر عنصر الدقة في التنفيذ.

ويمكن إيجاز مراحل التخطيط في خمس مراحل كما يلي:ـ

- مرحلة وضع التنبؤات أو المقدمات والافتراضات الرئيسية للتخطيط.
- مرحلة تحديد وتعريف الأهداف المراد تحقيقها من الخطة بشكل محدد.
- مرحلة تنفيذ الخطة بكافة خطواتها.
- مرحلة الرقابة ومتابعة التنفيذ.
- مرحلة التقويم.

6- عوامل نــجاح التخطيط:

توجد مجموعة من العوامل والأسباب التي تؤدي إلى نجاح التخطيط في أي مؤسسة نـذكر منهـا مـا يلي:-

- أن يكون التخطيط مبنياً على حاجات حقيقية لكل من التنظيم (المؤسسة) والعاملين فيه.
- لكي ينجح التخطيط لا بد أن يتضمن تلـك الأبعـاد الثلاثـة "تحديـد الأهـداف والإجـراءات والوسائل_ والأنشطة اللازمة_ والتقويم"، والتي تعد الهيكل التنظيمي لأي خطة ولا يمكن فصلها عن بعضها.
- من أجل إنجـاح التخطـيط يجـب أن يـتلاءم وإمكانـات التنظـيم البـشرية والماديـة، فـإذا تعارض التخطيط مع هذه الإمكانات أصبح من الصعب تحقيق الأهداف.
- لا بد أن تُشارك كافة الأطراف المعنيـة مـن رؤسـاء ومرؤوسـين في عمليـة التخطـيط، لأنهـا عملية تشاركية وتعاونية، يسهم فيها جميع أفراد التنظيم.
- التخطيط عملية مـستمرة ترافـق عمليـات التنظـيم، ولا يتوقـف في مرحلـة بعينهـا، لهـذا

تحرص كثير من المؤسسات على إيجاد قسم خاص بالتخطيط تكون مهمته الأساسية وضع الخطط التطويرية المستقبلية في ضوء الدراسات والبحوث التي تجرى من حين لآخر.

- يجب أن تتكامل الخطط للوحدات الإدارية المختلفة داخل التنظيم الواحد والتنظيمات المشابهة التي يوجد بينها علاقة، ومن أجل هذا لا بد من التعاون والتنسيق في جميع مستويات التخطيط وعلى اختلاف مسئوليات التنظيم المختلفة.

- للتخطيط مستويات متعددة، فهناك التخطيط على مستوى الإدارة العليا والتخطيط على مستوى الإدارة الوسطى والتخطيط على مستوى الإدارة الدنيا، فكل مستوى من هذه المستويات الثلاثة يقوم بالتخطيط لإنجاز المهام الموكلة إليه.

المبحث الثاني

التخطيط في مجال الإعلام والإتصال

1. تعريف التخطيط الإعلامي
2. خصائص التخطيط الإعلامي
3. مميزات وفوائد التخطيط الإعلامي
4. عناصر التخطيط الإعلامي
5. أنواع التخطيط الإعلامي
6. أولويات التخطيط الإعلامي
7. مراحل التخطيط الإعلامي
8. مقومات التخطيط الإعلامي
9. مثال لتخطيط برنامج إعلامي
10. صعوبات ومشكلات التخطيط الإعلامي

المبحث الثاني

التخطيط في مجال الإعلام والإتصال

يعتبر التخطيط العلمي في مجال الإعلام والاتصال هام جداً لهذا المجال، إذ جعل منه على المستوى الوطني أو القومي أو العالمي سلطة شديدة التأثير على اتجاهات الجمهور (الرأي العام) وإقناعه بموضوع أو قضية أو مشكلة معينة من خلال استخدام تقنيات أجهزة وفنون الإعلام المختلفة.

يختلف التخطيط الإعلامي باختلاف المبادئ والنظريات الإعلامية التي تدين بها كل دولة، وبذلك أصبح التخطيط الإعلامي لا يقف بمعزل عن التخطيط في المجالات الأخرى "السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والعسكرية و .." بل ويتكامل ويتفاعل معها جميعاً، ويرتبط ارتباطا وثيقاً بأهداف التنمية في المجتمع.

1- تعريف التخطيط الإعلامي:

- التخطيط الإعلامي: عملية إرادية مقصودة من العمليات الجماعية التي تقوم بها أجهزة متخصصة من أجل التنظيم وتعبئة الجهود سواء كانت جهود الأفراد أو الجماعات أو المؤسسات، لكي يتسنى للمجتمع تعبئة إمكانياته المادية والبشرية تعبئة كاملة، للنهوض بالمسئوليات وتحقيق الأهداف المرجوة.
- التخطيط الإعلامي: عملية تسير وفق خطوات علمية محددة تتمثل في جمع المعلومات اللازمة وتحليلها، وتحديد الأهداف الإعلامية أو الدعائية وتقسيمها مرحلياً وتحديد المزيج الاتصالي والشكل الذي ستتخذه الحملة الإعلامية وجدولتها وتقييمها مرحلياً ونهائياً.
- التخطيط الإعلامي: هو توجيه نظم ووسائل الاتصال في المجتمعات النامية عن طريق جهاز مركزي لتحقيق الأهداف الأساسية للدول النامية وخاصة دعم الوحدة القومية، ودعم ومساندة التنمية الاقتصادية والاجتماعية عن طريق استخدام

الأساليب الفنية والعلمية للاتصال طبقاً لظروف كل بلد وتعديل هذه الأساليب تبعاً لمدى القرب أو البعد عن تحقيق الهدف عن طريق المتابعة والتقييم.

- التخطيط الإعلامي: هو التوظيف الأمثل للإمكانيات البشرية والمادية الموجودة أو التي يمكن وجودها أثناء الفترة الزمنية للخطة من أجل تحقيق أهداف معينة، في إطار السياسة الإعلامية أو الاتصالية مع الاستخدام الأمثل لهذه الإمكانيات.

- التخطيط الإعلامي: هو عملية إرادية تقوم بها أجهزة متخصصة، ويقصد بها التشخيص والتنبؤ بمستقبل التطور الفكري والسلوك الإنساني، وتركز على تحليل دقيق لمستوى وعي الناس ومعارفهم، ومستوى التطور الإجتماعي، بهدف خلق التهيئة الفكرية المسبقة الضرورية للمؤسسات الإعلامية أولاً، والبناء الإجتماعي الجديد في وعي الجماهير ثانياً.

- التخطيط الإعلامي: هو حشد كافة الطاقات الإعلامية البشرية والمادية وكافة المؤسسات الإعلامية الجماهيرية والشخصية، بدءاً من النشرات الصغيرة أو الملصقات والشعارات إلى المؤسسات الصحفية الكبرى، ومن الإذاعات المحلية الصغيرة إلى الشبكات الإذاعية والتليفزيونية العملاقة.

2- خصائص التخطيط الإعلامي:

للتخطيط في مجال الإعلام والاتصال مجموعة من الخصائص الجوهرية تشكل في مضمونها ومجملها الإطار العام لمفهوم التخطيط الإعلامي، ويمكن أن نجمل هذه الخصائص فيما يلي:

التخطيط الإعلامي عملية مستمرة:

- إن التخطيط الإعلامي عملية مستمرة لا تنتهي بوضع الخطة بل يتبع ذلك خطط لاحقة مبنية على الخطط السابقة، إذ أنه لا بد من تتابع الخطط في إطار التخطيط طويل المدى ومقتضياته، إضافة إلى متابعة الخطط الموضوعية أثناء وبعد تنفيذها، وإكتشاف المعوقات التي تقف أمام التنفيذ وسبل التغلب عليها ومحاولة تلافيها في الخطط المستقبلية، وقياس آثار الخطة الإعلامية التي تم وضعها.

التخطيط الإعلامي عملية متكاملة:

إن التخطيط الإعلامي عملية متكاملة، فلا تقتصر عملية التخطيط الإذاعي مثلاً على البرامج وإنما تمتد إلى النواحي الهندسية والتدريبية والمالية، حيث يستلزم التخطيط الإذاعي وضع خطة رئيسية للبرامج ترتبط بها مجموعة من الخطط المعاونة في المجالات الأخرى، بالإضافة إلى مجموعة من الخطط التفصيلية المتفرعة عن الخطط العامة أو الخاصة بقطاعات العمل المختلفة.

التنسيق:

لا بد من التنسيق بين الخطط الإعلامية للقطاع الواحد وبين الخطط الإعلامية لجميع القطاعات بوجه عام وبين خطط وسائل الإعلام المختلفة.

الإطار الزمني للخطة:

لا بد من تحديد الإطار الزمني للخطة وفقاً للظروف ونوعية الأهداف المطلوب تحقيقها، وقد يكون الإطار الزمني ثلاث سنوات أو خمس سنوات، ولكن الإطار الغالب على الخطط الإعلامية هو "الخطط السنوية" التي تقسم إلى دورات برامجية عادية وخاصة، وتكون الدورات البرامجية العادية مدتها "ثلاثة أشهر" والدورات الخاصة مثل دورة برامج شهر رمضان المبارك تكون مدتها شهر واحد.

المرونة:

في الخطة الإعلامية من الضروري توافر أكبر قدر ممكن من المرونة حتى لا تنهار أمام الظروف الجديدة، ويمكن وضع خطط بديلة مقدماً لمواجهة الظروف المحتملة أو المتوقعة، واختيار أفضلها إذا احتاج الأمر، بما يتلاءم مع الأهداف الموضوعة.

المشاركة:

من المهم ضمان أكبر قدر من المشاركة في صياغة أهداف الخطة وإعدادها، وهذا يستلزم من قيادات المؤسسة الإعلامية عرض الخطوط العريضة للخطة الإعلامية وأهدافها ووسائل تنفيذها على القيادات الأدنى مع إيجاد الأساليب التي تضمن أن تعود الخطة إلى القيادة الأعلى متضمنة الإقتراحات المختلفة لهذه القيادات، وهذه المشاركة من العاملين بالمؤسسة الإعلامية وجمهورها من شأنها أن تؤدي إلى زيادة فعالية الخطط الإعلامية وتحقيق أهدافها،

وتدعيم الجسور القائمة بين القائمين بالتخطيط والإعلاميين والجمهور المستهدف.

متابعة الخطة الإعلامية:

من الضروري متابعة الخطة الإعلامية حيث تعمل تلك المتابعة على تحقيق عدة أهداف أساسية منها ضمان تنفيذ الخطة من خلال اكتشاف معوقات التنفيذ وإزالتها أولاً بأول، وقياس الآثار الناتجة عن التنفيذ لمعرفة مدى مطابقتها للتصورات الخاصة في أذهان واضعي الخطة وفق ما تبين من آثارها.

3- مميزات وفوائد التخطيط الإعلامي:

للتخطيط في مجال الإعلام فوائد ومميزات عديدة، منها ما يلي:

- التخطيط الإعلامي يظهر ويحدد الأهداف بوضوح مما يسهل على كل فرد من مجموعة العمل معرفة الغايات التي تنشدها المؤسسة فيعمل جاهداً على تحقيقها.
- التخطيط الإعلامي يحدد ويوضح الإتجاهات الرئيسية، وطرق العمل والقواعد التي يجب إتباعها عند تنفيذ الخطة.
- يحدد التخطيط الموارد الواجب استخدامها كماً وكيفاً سواء كانت موارد مادية أو بشرية أو مالية، وبذلك يمكن من الاستعداد لتدبير هذه الموارد.
- التخطيط يحدد الوقت اللازم لإنجاز العمل وتقسيمه إلى مراحل متصلة يتحدد في كل مرحلة زمنية قدر من الإنجاز المطلوب.
- يمكن المسئولين من معرفة المشاكل المتوقع حدوثها والعمل على تلافيها أو الاستعداد لها قبل حدوثها.
- من خلال التخطيط يتحقق التنسيق المادي والزمني بين جمهور العاملين أو التقسيمات التنظيمية المنوط بها تنفيذ الخطة من خلال برامج محددة الأدوار والتوقيت.
- يمكن التخطيط الإدارات من اكتشاف التطورات التي لم تكن متوقعة أو ملاحظة،

وأن بعض الأعمال يمكن أن ينجز في وقت أسرع مما هو مخطط له أو العكس.

- من أهم مميزات وفوائد التخطيط أنه يمكن من كسب تأييد الإدارة لأنشطته وزيادة مشاركتها فيها.
- تحقيق أمثل استخدام ممكن لوسائل الإعلام المتاحة للوصول إلى الجماهير المستهدفة.

4- عناصر التخطيط الإعلامي

يقوم التخطيط الإعلامي والإتصالي بصفة عامة على مجموعة أساسية من العناصر لا تتم بدونها عملية التخطيط، ونذكر منها ما يلي:-

توافر المعلومات:

- لكي يتم التخطيط الإعلامي والبدء في مراحلة فلا بد من ضرورة توافر المعلومات الدقيقة عما يلي:
- الموارد المادية والإمكانيات البشرية المتاحة عند بدء تنفيذ الخطة، والتي ستتاح خلال فترة التنفيذ وموعد توافرها بالتحديد.
- تعداد وتوزيع السكان وفقاً لأحدث التعدادات وتحديثها المستمر سنوياً وأهم ملامح النمو السكاني وخصائصه.
- واقع التأهيل الأكاديمي والتدريب الإعلامي سواء على المستوى القومي أو الإقليمي أو المحلي.
- واقع ونتائج البحوث الإعلامية الأكاديمية والمهنية وتوثيقها.
- تدفق المنتجات الإعلامية والثقافية والمصادر التي تعتمد عليها وسائل الإعلام.
- المشكلات والقضايا الإجتماعية والثقافية بالمجتمع.
- الجوانب التقنية لوسائل الإعلام.

وضع سياسة إتصالية واضحة:

- إن السياسة الإتصالية هي مجموع المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه عمليات تنظيم وإدارة ورقابة وتقييم ومواءمة نظم وأشكال الاتصال المختلفة وعلى الأخص منها :"وسائل الاتصال الجماهيري" من أجل تحقيق أفضل النتائج الإجتماعية الممكنة في إطار النموذج السياسي والإجتماعي والإقتصادي الذي تأخذ به الدولة.

- إن الأساس الذي يبغي أن تقوم عليه السياسة الإعلامية هو مبدأ "ديمقراطية الإتصال" الذي يتكون من ثلاث ركائز هي:

■ الحق في الإتصال.

■ الإنتفاع.

■ المشاركة

- أبعاد السياسة الإتصالية وهي :(البعد الإتصالي - البعد الإجتماعي- البعد التشريعي- البعد الإقتصادي والمالي- البعد التنظيمي والإداري لمرافق الاتصال ومؤسساته- البعد التكنولوجي- البعد الخاص بالمعلومات- البعد المهني- البعد الإنمائي- البعد الخاص بالبنى الأساسية المتصلة بالنشاط الإتصالي).

تحديد الأولويات والأهداف:

يعتبر العنصر الثالث من عناصر التخطيط الإعلامي هو تحديد الأولويات والأهداف العامة للخطة الإعلامية ووسائل الوصول إليها من خلال توجيه كافة الإمكانيات بإتجاه تحقيقها بحيث يتم توظيف الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة أو التي يمكن أن تتاح خلال " عام- أعوام الخطة"ومن هذه الأوليات:

- الاهتمام بإنجازات الدولة وإلقاء الضوء على مشروعاتها.

- الاهتمام بالتنمية الإجتماعية والمشكلات والقضايا الإجتماعية التي تعوق عملية التنمية.

- الاهتمام بقضية البحث العلمي والتقدم التكنولوجي في مختلف جوانب الحياة.

- القضية السكانية وضرورة التصدي لها بحلول علمية.
- مشكلة الأمية ومشكلات البيئة والصحة.
- قضية حقوق الإنسان.
- تحسين صورة المرأة والدعوة للتمسك بحقوقها في المجتمع.
- حماية الطفل المصري.

5- أنواع التخطيط الإعلامي:

تتعدد أنواع " تصنيفات" التخطيط في مجال الإعلام على مستوى الدولة وفق بعض الأبعاد والمعايير، فهناك تصنيفان رئيسيان للتخطيط في مجال الإعلام، وذلك كما يلي:

- التصنيف الأول: ويحتوي على عنصران رئيسيان فقط هما:-

أ. التخطيط حسب الهدف المطلوب تحقيقه:

وهذا النوع من التخطيط له تصنيفان أساسيان هما:

- التخطيط الوقائي: ويبنى على أساس المدى الزمني الطويل، حيث يستهدف غايات أساسية من المفروض أن ترسخ مع الزمن مثل توثيق العلاقة بين المؤسسة وجماهيرها الداخلية والخارجية والقضاء على عوامل سوء الفهم أو الشك والقلق والتذمر أو ظهور رأي عام سلبي في مجال معين، من أجل تحقيق الإستقرار الدائم للمؤسسة وتحسين ظروف العمل ونوعية الخدمات المقدمة.
- التخطيط العلاجي: وفي هذا التخطيط يتم إعداد برنامج عمل محدد لمواجهة الأزمات والمواقف الحادة مثل حريق في مخازن، حالات تسمم في مدرسة أو مستشفى، أو أي كارثة أخرى مثل كوارث الطيران والزلازل.

ب. التخطيط حسب الفترة الزمنية اللازمة للتنفيذ:

هناك تخطيط طول المدى، وتخطيط متوسط المدى، وتخطيط قصير المدى، ومن الممكن دمج نوعين من التخطيط معاً حسب الهدف من التخطيط وحسب الفترة الزمنية المتاحة لتنفيذ

الخطة، فتحديد الأهداف هو الذي يحدد الوقت اللازم، وعلى الإعلامي أن يسأل نفسه ما هي سياسة المؤسسة التي يخطط لها، وهل في وسعه تحقيق الوعود المبذولة للجماهير وفق الجدول الزمني الموضوع أم لا حتى لا يتسبب في ردود فعل سيئة.

- التصنيف الثاني: ويتحدث هذا التصنيف عن أنواع التخطيط في مجال الإعلام بناءاً على عناصر عديدة، وذلك كما يلي:

أ. نطاق التخطيط:

وهنا يمكن التمييز بين أنواع التخطيط على أساس نطاق التخطيط بين التخطيط القومي الشامل الذي تتناول فيه الدولة مختلف قطاعات النشاط في المجتمع، وبين التخطيط الجزئي الذي يتعلق بقطاع معين مثل قطاع الإعلام أو بإقليم معين.

ب. درجة المركزية:

ويمكن التمييز بين أنواع الخطط على أساس درجة مركزية التخطيط بين نوعين هما:

- التخطيط المركزي: أو الخطة المركزية وتشير إلى ممارسة السلطات المركزية لصلاحيات واسعة في تحديد أهداف الخطة وسياستها وبرامجها، وتكون في يد السلطات العليا إعداد الخطة بناء على اقتراحات ومعلومات تصعد إليها من المستويات الأدنى.

- التخطيط اللامركزي: تكون الخطة لا مركزية عندما يتاح للمستويات الأدنى وأجهزة ومنظمات التنفيذ أن تشارك بإيجابية في تحديد أهداف الخطة وسياستها وبرامجها ويكون لقراراتها شأن ووزن كبير.

ج. المدى الزمني:

- يمكن التمييز بين أنواع الخطط على أساس المدى الزمني بين التخطيط طويل الأجل والتخطيط متوسط الأجل والتخطيط قصير الأجل وذلك كما يلي:

- التخطيط طويل الأجل:يقصد به إعداد خطة يستغرق تنفيذها فترة طويلة تتراوح بين (15 :30) سنة تقريباً، حيث إن بعض أهداف المجتمع لا يمكن تحقيقها إلا من خلال برنامج طويل الأجل مثل التصنيع أو الزراعة أو تغيير الهيكل الإجتماعي تغييراً شاملاً أو

تغيير نمط التمويل وهكذا.

- التخطيط متوسط الأجل: ويغطي عادة فترة تتراوح بين أربع وسبع سنوات ويسمى "التخطيط الخمسي"، أي أن الخطة يستغرق تنفيذها حوالي خمس سنوات.

- التخطيط قصير الأجل: ويقصد به الخطط السنوية التي تكون في الأساس مجرد شريحة من خطة متوسطة الأجل، فالخطة الخمسية تتوزع على خمس سنوات بحيث تحتوي كل سنة على مرحلة من مراحل تنفيذ الخطة، ويكون لها أهدافها وبرامجها، وتمثل الأهداف والبرامج الخاصة بكل مرحلة خطة سنوية قصيرة الأجل، كما أن الخطط السنوية يمكن تقسيمها في مجال الإعلام (الإذاعي والتليفزيوني)، إلى خطط أقل طبقاً لطبيعة العمل الإعلامي الذي يقوم على نظام الدورات البرامجية، وتكون الخطة الإعلامية ربع سنوية هي مدة الدورة البرامجية.

د. درجة التفضيل:

هناك نوعان من الخطط على أساس درجة التفضيل كما يلي:

- الخطط التفصيلية: وهي تلك التي تحتوي على تحديد دقيق ومفصل للأهداف والبرامج والإجراءات المطلوب تحقيقها والإلتزام بها، وتلجأ الدولة إلى الخطط التفصيلية في الحالات التي تحرص فيها على السيطرة الكاملة على ما تقوم به الوحدات المنفذة من آداء.

- الخطط الإجمالية:وتتسم تلك الخطط بقدر كبير من العمومية ولا تستغرق في التفصيلات، وتصاغ أهدافها في صورة نتائج نهائية إجمالية، ومعظم الأنظمة الرأسمالية تستخدم هذا النوع من الخطط.

هـ. درجة الإلزام: وهناك نوعان من الخطط على أساس درجة الإلزام:

- التخطيط الملزم: وهو التخطيط الذي تمارس فيه الدولة القدرة على وضع أهدافه وسياساته وبرامجه موضع التنفيذ، حيث تسيطر الدولة على المشروعات والقطاعات التي تقوم بالتنفيذ، فمثلاً في مجال الإعلام حينما تملك الدولة أجهزة الإذاعة والتليفزيون فإنها

تستطيع أن تلزمها بخطط وأهداف وسياسات، بينما مؤسسات الإعلام الخاصة فلا تملك الدولة أن تلزمها بنفس الدرجة.

- التخطيط غير الملزم:وهذا النوع من التخطيط تترك فيه الدولة الحرية للمنظمات، أن تنفذ أو لا تنفذ ما تحتويه الخطة، لكن الدولة تمارس على المستوى الفعلي قدراً محدوداً من التأثير على مسار التنفيذ، وهذا النوع ينطبق إلى حد كبير على وسائل الإعلام الخاصة في الدول العربية التي تأخذ بالأهداف الإعلامية للدولة، وبما لا يتعارض مع الضوابط العامة في المجتمع.

6- أولويات التخطيط الإعلامي:

للتخطيط الإعلامي أولويات يحاول تحقيقها، ومن أجل ذلك يوجة ويوظف كافة إمكانياته المادية والبشرية المُتاحة، ويتم تحديد تلك الأولويات وفقاً للمتغيرات العالمية والمحلية لكي يستطيع الإعلام مواكبة وملاحقة تلك المتغيرات بما يتناسب مع طبيعة المجتمع، ونذكر مثال من الإعلام المصري لتحديد أولوياته في الخطة الإعلامية، ومن الجدير بالذكر أن أولويات الخطط الإعلامية تختلف عاماً بعد آخر حسب متغيرات وظروف كل مجتمع وفي ضوء الظروف والمتغيرات الخارجية أيضاً، وذلك كما يلي:-

مثال: أولويات التخطيط الإعلامي في الخطة الإعلامية لعام 2000/1999م:

الاهتمام بإنجازات الدولة وإلقاء الضوء على مشروعاتها العملاقة في مختلف المجالات إستكمالاً للنهضة الإقتصادية والتنموية للمجتمع.

الاهتمام بالتنمية الاجتماعية باعتبارها تنصب على القوى البشرية في المجتمع المصري بمختلف شرائحة وخاصة الشباب، مع بيان تأثير العولمة في مختلف مجالات التنمية وكيفية مواجهةهذا التحدي والإستفادة منه، مع الحفاظ على هويتنا وأصالتنا في المجال الثقافي.

الاهتمام بالمشكلات والقضايا الاجتماعية التي تعوق عملية التنمية المستدامة التي تتبناها مصر من أجل الدخول إلى القرن القادم، وكيفية معالجتها إعلامياً، وأهمها "مشكلة الأمية ومشكلات البيئة " إضافة إلى التأهب لمواجهة الأزمات والكوارث.

أولويات التخطيط الإعلامي في الخطة الإعلامية عام 2001/2000م كما يلي:-

- الاهتمام بقضية البحث العلمي والتقدم التكنولوجي في مصر في مختلف جوانب الحياة، خاصة بعد شيوع ظاهرة العولمة في مختلف المجالات والاهتمام بصناعة البرمجيات.

- القضية السكانية وضرورة التصدى لها بحلول عملية.

- مشكلة الأمية ومواجهتها من أجل القضاء على جذورها لأنها تعوق عملية التنمية.

- مشكلة البيئة وما يتفرع عنها من مشكلات بيئية وصحية.

- قضية حقوق الإنسان ومدى حرص مصر عليها في مواجهة المغرضين مع التركيز على الحفاظ على هويتنا وإستقرارنا الداخلي.

- تحسين صورة المرأة بعد إنشاء وتشكيل المجلس القومي للمرأة والدعوة لتمسكها بحقوقها في المجتمع.

- حماية الطفل المصري وكل ما يتصل به من قضايا خاصة بعد تبني القيادة السياسية للعقد الثاني للطفولة في مصر.

7- مراحل التخطيط الإعلامي:

يمر التخطيط الإعلامي بمراحل أساسية هي:-

المرحلة الأولى: المرحلة التمهيدية:

في هذه المرحلة يتم إجراء مسح شامل للأوضاع القائمة في المجتمع بصفة عامة، وجمع بيانات حول الوسائل الإتصالية الموجودة في المجتمع من حيث مدى توافرها وإنتشارها ومدى التعرض لها وتتمثل أهم المعلومات اللازمة للتخطيط الإعلامي (في المجال الدعائي- أو الإعلاني- أوالإتصالي) في المتغيرات البيئية ودراسات فئات الجماهير المستهدفة ودراسة الوسائل الإتصالية المتاحة ودراسة جميع وسائل الإعلام المتاحة.

المرحلة الثانية: مرحلة تحديد السياسات الإعلامية:

- تُعرف تلك المرحلة بأنها مجموع المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاة عمليات تنظيم وإدارة ورقابة وتقييم وموائمة نظم وأشكال الاتصال المختلفة وبصورة خاصة وسائل الاتصال الجماهيري والأجهزة الرئيسية للمعلومات .

- وتعتبر " الاستراتيجية الإعلامية – المصرية " من أهم نماذج السياسات الإعلامية العربية المكتوبة، وتتلخص أركانها في الآتي:-

- السيادة الإعلامية

- الأمن الإعلامي

- التعاون الإعلامي

- حق المواطن في الإعلام

- حرية الإعلام

- تحديث الوسائل الهندسية.

المرحلة الثالثة: مرحلة تحديد الأهداف الإعلامية:-

- الهدف: هو الشيء المحدد المطلوب تحقيقه خلال فترة زمنية مُعينة، وعلى هذا يُعتبر تحديد الأهداف الذي تسعى الخطة الإعلامية إلى تحقيقها أمراً هاماً لأنه الطريق الموصل إلى غاية منشودة وغرض يتم السعي لتحقيقه.

- إن تحديد الأهداف عملية صعبة ومعقدة، وتستلزم التعرف على جميع الأوضاع السائدة في المجتمع ودرجةإحتياج المجتمع إلى قضية ما.

- يوجد العديد من الأهداف مثلاً: الأهداف النوعية، والأهداف المحددة والمرنة والأهداف الرئيسيةوالثانوية والأهداف العامة والمجردة.

المرحلة الرابعة: مرحلة وضع الخطة الإعلامية وتنفيذها:

- تمر مرحلة وضع الخطة الإعلامية وتنفيذها بمجموعة من الخطوات كما يلي:-

- خطوة تحديد المُدخلات المستهدفة في مجالات الخطة.

- تحديد الأولويات المستهدفة كمخرجات لخطط القطاعات التنفيذية.

- خطوة تحديد الخطط القطاعية الفرعية.

- خطوة إعداد الخطط التفصيلية لكل قطاع فرعي .

- خطوة إعداد الخطط البرامجية.

- ويراعى عند وضع الخطة الإعلامية وتنفيذها مُراعاة أنتكون أهدافها مرنة واضحة وتتكامل مع الخطط الأخرى المساعدة في المجالات الأخرى، ويتوافر بها وسيلة لتنفيذ الأهداف التي تم تحديدها، وأن تكوزن الإجراءات جاهزة لتنفيذها ومُلزمة لكل القائمين بالعمل الإعلامي.

المرحلة الخامسة: مرحلة متابعة الخطة أو الحملة الإعلامية وتقييمها:-

- تستهدف هذه المرحلة التأكد من أن العمل يسير وفق الأسلوب المُحدد له،والتعرف على المعوقات التي تعترضه، ويستهدف التقييم معرفة مدى تأثير الرسالة الإتصالية ومدى النجاح في تحقيق أهداف الخطة الإعلامية.

ويتم متابعة الخطة الإعلامية من خلال الخطوات التالية:

- تصنيف برامج الإذاعة والتليفزيون والمواد الصحفية.

- المتابعة البرامجية.

- البحوث الإعلامية .

8- مقومات التخطيط الإعلامي:

- توجد ثلاثة مقومات رئيسية للتخطيط في مجال الإعلام وهي: " البحوث، التدريب، هيئة

تخطيط مركزية"، ونتحدث عنهم كما يلي:-

أ- البحوث الإعلامية : وهي من أهم مقومات التخطيط الإعلامي، حيث ينبغي أن يقوم التخطيط على معرفة بالمجتمع من حيث "إمكانياته وإحتياجاته، ورغباته"، وتُعتبر البحوث الإعلامية بمثابة رجع الصدى الذي يحتاج إليه المخطط، ولهذا يضمن التطور المستمر لها فاعلية التخطيط، ولم تعد البحوث الإعلامية التي تبُنى عليها الخطة مقصورة على الرسالة وحدها، حيث أصبح الإتجاة الحديث ينظر إلى الموقف الإعلامي ككل بعناصرة المتعددة وهي " المرسل- والمستقبل- والرسالة- ووسيلة الإعلام – ومعوقات الإتصال- وخصائص الجماهير- وإتجاهاتها- والظروف الإجتماعية- والنفسية المحيطة بالعملية الإعلامية، وعادات وأنماط التعرض لرسائل الإعلام، وأوقات الإستيقاظ والنوم".

- فالبحوث الإعلامية تُعتبر الركيزة الأولى والمنطقية لوضع الخطط الإعلامية، فهي على تنوع أساليبها ومناهجها ومجالاتها كفيلة بتحديد إهتمامات الجماهير واحتياجاتهم الثقافية، ورسم خارطة توزيع وسائل الإتصال، وكيفية وصول المضامين الثقافية عبر وسائل الإعلام المختلفة إلى المستقبلية، وكيفية استقبالهم لها ومدى إستفادتهم منها، وماهية العوامل الأخرى التي تؤثر في وجدانهم وأفكارهم، والكشف عن معوقات التأثير الإعلامي، مما يُساعد على فهم أوضح للعملية الإتصالية، فالبحوث الإعلامية تُقدم المادة الأساسية للخطط الإعلامية قريبة وبعيدة المدى، وتحدد مسارها وأهدافها فضلاً عن دورها في تقويم النشاط الإعلامي المستمر وتحديد أولويات الإحتياجات الثقافية للمجتمع.

ب- التدريب: إن تدريب العاملين لا غنى عنه في التخطيط لوسائل الإعلام، ذلك لأن كفاءة أي نظام تحكمة إلى حد كبير كفاءة من يتولون تشغيلة، فالتدريب على وسائل الاتصال الجماهيرية، وعلى كافة المستويات وبكافة الأشكال له أهمية قصوى وأمر أساسي بالنسبة للتشغيل الفعال لنظم الاتصال ولتطويرها.

إن تنمية موارد القوى العاملة تحظى بأولوية خاصة من قبل واضعي السياسات

والمخططين، وبالتالي تكون قضية التدريب قضية مستمرة إستمرار مزاولتهم للعمل الإعلامي، خاصة في ظل التطور التكنولوجي المستمر في كل ما يتصل بالأجهزة والمعدات الإعلامية ووسائل استخدامها، ولهذا فالتدريب عملية مستمرة في العمل الإعلامي لأنها تزيد من فعالية الخدمات الإعلامية في التأثير العام، ويُمكن من حُسن إستخدام الإمكانيات المُتاحة، وإعداد إحتياطي من العاملين لمواجهة متطلبات التوسع والإنشاءات الجديدة.

جـ - هيئة تخطيط مركزية: من المهم بجانب بحوث الإعلام والجمهور وإعداد العناصر البشرية ووضع خطة لتدريبهم على النوعيات المختلفة للعمل الإعلامي وجود هيئة تخطيط مركزية كأحد المتطلبات اللازمة والضرورية لإنجاز أي خطة إعلامية (قصيرة أو متوسطة أو طويلة المدى)، فالتخطيط الإعلامي يحتاج إلى جهود ضخمة وخبرات متنوعة مما يُحتم وجود هيئة تخطيط مركزية تتوفر فيها مقومات أساسية مثل الخبرة في التخطيط والعمليات التخطيطية، والقدرة على وضع الخطة ورسمها وأن تكون ذات صلة بالنشاط المجتمعي العام والنشاط الإعلامي وعلاقة كل منهم بالآخر.

إن التخطيط الإعلامي هو تنظيم ثم سياسة وخطة تربط التنظيم بتلك الأهداف التي تُعبر عن جوهر السياسة وتُحدد نطاق التحرك سواء في المستقبل القريب أو البعيد، وعند تشكيل هيئة للتخطيط الإعلامي يجب أن تُمثل مختلف الإختصاصات العلمية والخبرات الفنية في حقل الإعلام والعلوم ذات الصلة بالنشاط المجتمعي والفكري، وإعطاؤها سلطة وضع الخطة الإعلامية وإقرار تنفيذها في إطار السياسة العامة للدولة والسياسات الإعلامية، وتمكينها من الحصول على المعلومات المطلوبة والضرورية لتصميم الخطط الإعلامية، وحق إختيار الوسائل والأساليب والكوادر البشرية التيتحتاجها الخطة الإعلامية وإقرار إستخدامها.

1. مثال على التخطيط في مجال الإعلام:

فيما يلي مثال على أهم الجوانب والأسس الواجب إتباعها لوضع برنامج إعلامي:-

أ- جمع الحقائق والمعلومات:

يتم ذلك من خلال الإستماع إلى آراء ومعتقدات الأفراد وأصحاب الشأن فيما يتعلق بالسياسات التي تتبعها إدارة المؤسسة، أي مهمة البحث عن الحقائق المتعلقة بالمؤسسة نفسها والتوصل إلى ماهية المشاكل التي تواجهها، وتحديد الهدف المُراد تحقيقه والوصول إليه.

ب- التخطيط وإتخاذ القرارات:

في هذه الخطوة يتم الإستفادة من الآراء والاتجاهات وردود الأفعال عند وضع سياسات وبرامج المنظمة، وهذا يمكن من تحديد الطريق الذي يوفق بين جميع الرغبات، بمعنى تحديد ما يُمكن عملة لحل مشكلات المنظمة وتحقيق أهدافها، بمعنى "تحديد ما يجب عملة بالضبط".

جـ- الاتصال والتنفيذ:

تتضمن هذه الخطوة التواصل بين جميع الأفراد والإدارات المعنية بتنفيذ الخطة التي تم وضعها من أجل إتباع خطواتها بدقة في سبيل تحقيق الأهداف المنشودة.

د- التقييم:

تتضمن هذه المرحلة تقييم نتائج البرنامج وفاعلية الأسلوب الذي تم إستخدامه أو بمعنى آخر هل نجحنا وحققنا المطلوب؟، فأي برنامج إعلامي يجب أن يُقدم بشكل منتظم ومتكامل بحيث نتكامل الخطط لتصل إلى مرحلة التنفيذ .

2. صعوبات ومشكلات التخطيط الإعلامي:

يواجة التخطيط الإعلامي في الدول النامية العديد من الصعوبات، منها ما يلي:-

- عدم إشراك مخططو الإعلام في عملية التخطيط التنموي.
- عدم الإستعانة بالمخططين الإعلاميين عند وضع السياسات العامة والسياسات الإعلامية، حيث تأتي الخطط التي توضع لوسائل الإعلام في مرحلة متأخرة وتهدف فقط إلى نشر معلومات أو أفكار محددة.
- قد لا يعرف المخططون تماماً إحتياجات الجماهير المستهدفة وإتجاهاتها ورغباتها وعادات

وأنماط تعرضها لوسائل الإعلام وذلك بسبب نقص الأبحاث على الجماهير، فهناك نقص شديد في أساليب نقل إحتياجات الجماهير إلى مخططي التنمية والإعلام وأحياناً لا يهتم المخططون باستخدام تلك المعلومات حتى إن وجُدت.

- وجود إختلاف بين ما يُريده الناس على مختلف المستويات وما يحتاجون إليه، فقد لا يستطيع الناس التعبير عن إحتياجاتهم، وعلى المخططين أن يعملوا على بلورة الإحتياجات التي قد يعجز الجمهور عن التعبير عنها.
- نقص الاتصال بين الإعلاميين الممارسين والباحثين الأكاديميين، حيث أكدت العديد من الدراسات الميدانية ذلك، مما يدعو إلى إيجاد قنوات تحقق هذا الاتصال المفيد للعمل الإعلامي.
- الحاجة إلى تبسيط نتائج البحوث حتى تُصبح أكثر فائدة للعاملين في المجال الإعلامي.
- عدم وجود تنسيق سواء بين نشاطات المؤسسات الخدمية المختلفة التي تستعين بوسائل الإعلام، أو بين الوسائل الإعلامية نفسها وبين الخدمات المتعددة لوسيلة واحدة كالإذاعة مثلاً في حالة تعدد المحطات الإذاعية.
- إغفال الإعلام المحلي وأساليب الاتصال الأفقي بين المواطنين والتركيز على أساليب الاتصال الرأسية المركزية مما يؤدي إلى إغفال إحتياجات الجمهور المحلي وبالتالي إختلاف خطط الاتصال من أجل التنمية .

المبحث الثالث

التخطيط في مجال التربية والتعليم

مفهوم التخطيط في مجال التربية والتعليم.

1. أهمية التخطيط في مجال التربية والتعليم.
2. أسباب ومبررات الأخذ بالتخطيط في مجال التعليم.
3. ضرورات التخطيط في مجال التربية والتعليم.
4. أهداف التخطيط في مجال التربية والتعليم.
5. مميزات وفوائد التخطيط في مجال التربية والتعليم.
6. أسس ومبادئ التخطيط في مجال التربية والتعليم.
7. متطلبات التخطيط في مجال التربية والتعليم.
8. أولويات التخطيط في مجال التربية والتعليم.
9. أنواع التخطيط في مجال التربية والتعليم.
10. خطوات عملية التخطيط في مجال التربية والتعليم.
11. مراحل التخطيط في مجال التربية والتعليم.
12. مكونات الخطة في مجال التربية والتعليم.
13. صعوبات ومشكلات التخطيط في مجال التربية والتعليم.

المبحث الثالث

التخطيط في مجال التربية والتعليم

نشأ علم التخطيط التربوي كضرورة عملية لتحقيق تنمية الموارد البشرية، خاصة وأن الموارد البشرية تُمثل عنصراً أساسياً وهاماً من عناصر الإنتاج والقوة الدافعة للتنمية، إن عملتي تعليم الأفراد والتخطيط لها عمليتان مختلفتان تمام الإختلاف، ولا غنى عن كليهما عند التفكير في البناء البشري للفرد الذي هو جوهر التنمية الشاملة.

إن التخطيط في مجال التربية والتعليم يُعد حديث نسبياً، وبرغم ذلك فإن رجال التعليم يعدونه منهجاً علمياً ونموذجاً مُعاصراً وأسلوباً فعالاً للتوصل إلى خطة تتسم برؤية مستقبلية وتتميز برسالة متوازنة وترمي إلى تحقيق أهداف طموحة واقعية، فالتخطيط يزود رجال التربية والتعليم بالوسائل التي تمكن المؤسسة التعليمية من إعادة بناء نفسها بشكل منظم متوازن، وتحقق ما تطمح إليه من تحول نوعي وتطور في مسيرتها العلمية والتربوية.

لقد ظهرت الحاجة إلى توسيع مظلة التخطيط التعليمي ليحدث التكامل بين الجهود الحكومية وغير الحكومية في مجال نشر التعليم والإرتفاع بمستواه في كافة مراحله.

ويُعد التخطيط عنصراً أساسياً من عناصر الإدارة التعليمية ويُعتبر مرحلة التفكير التي تسبق تنفيذ أي عمل، لأن التخطيط خاصة الإستراتيجي (المستقبلي) سلسلة من القرارات التي تتعلق بالمستقبل لتحقيق الأهداف المقررة، ولكي يتحقق النجاح لعملية التخطيط فلا بد من تحديد إستراتيجية تتضمن تحديد الأهداف الواضحة، وترتيب الأولويات وتوفير الإمكانيات المادية والبشرية، والتنبؤ باحتمالات المستقبل والظروف المختلفة والشمول والواقعية والمرونة والمتابعة والتقييم والتقويم، لأن التخطيط في ميدان التعليم عملية واسعة ومستمرة وتتضمن جوانب عديدة ومجالات مختلفة للعمليات التعليمية.

إن التخطيط التعليمي هو العملية: التي يتم بموجبها إختيار الوسائل والأساليب والإجراءات اللازمة لاستخدام الموارد والإمكانات التي يُمكن أن تُتاح من أجل تحقيق

الأهداف التي يتم السعي نحو الوصول إليها من خلال التعليم وتخطيطه.

1- مفهوم التخطيط في مجال التربية والتعليم:

- التخطيط في المجال التعليمي التربوي هو: عملية إقتراح سلسلة من الإجراءات والخطوات لتحقيق هدف أو مجموعة أهداف منشودة، وهو مكون من أربعة عناصر هي " الأهداف – والمحتوى – والأنشطة – والتقويم "

- التخطيط التعليمي: عملية تُساعد المعلم على تنظيم جهودة وجهود طلابة وتنظيم الوقت وإستثمارة بصورة جيدة ومفيدة، ويضمن سير العمل في الفصل الدراسي في إتجاه تحقيق الأهداف المرجوة، واستخدام جميع الأساليب والإجراءات والأنشطة التي تساعد على إنجاز تلك الأهداف.

- التخطيط التعليمي: هو العملية التي يتم بموجبها اختيار الوسائل والأساليب والإجراءات اللازمة لاستخدام الموارد والإمكانات التي يمكن أن تُتاح من أجل تحقيق الأهداف التي يتم السعي نحو الوصول إليها من خلال التعليم وتخطيط.

- التخطيط في مجال التعليم هو: عملية التوجية العقلاني للتعليم في حركته نحو المستقبل، وذلك عن طريق مجموعة من القرارات القائمة على البحث والدراسة تمكيناً لهذا التعليم من تحقيق الأهداف المرجوة منه بأنجح الطرق وأكثرها فاعلية،ومع استثمار أمثل.

- التخطيط التربوي: هو أسلوب علمي وعملي يستهدف تحديد الأهداف وتدبير الوسائل ورسم معالم الطريق لتحقيق هذه الأهداف مستغلاً مختلف الوسائل، بما في ذلك وضع القرارات أو رسم السياسات أو تجنيد الإمكانات لوضع الأهداف موضع التنفيذ.

- التخطيط الشامل في مجال التربية والتعليم: هو العملية التي تهدف إلى إستغلال جميع الموارد المالية والطبيعية والبصرية، وإحداث التنمية الإقتصادية المقصودة في جميع قطاعات النشاط الإقتصادي والاجتماعي، بقصد مصلحة الوطن .

- التخطيط التربوي: يُعرف التخطيط التربوي من خلال الخطوات الخمس التالية:-

- توليفة من المواصفات للأهداف والبرامج التربوية

- إيجاد برامج مُقنعة أو مقبولة من أجل تحقيق هذه الأهداف .

- إعداد وثائق الخيارات التي تصف مداخل السياسات الممكنة ودراسات الجدوى،والميزانيات التي تشمل أفكار خيالية يتم طرحها على أولئك الذين يجب عليهم تنفيذ أية خطط تم قبولها.

- إعداد وثائق تحوي مجموعة من البدائل تكون مرغوبة وذات جدوى لدى المختصين.

- إيجاد خُطط مُعتمدة من قبل كبار صانعي القرارات .

إن مفهوم التخطيط في مؤسسات التربية والتعليم بشكل عام : هو عملية قوامها الملائمة بين نتائج تحليل مكونات الأداء الداخلي (الموارد والإمكانات التعليمية المتاحة للبيئة الداخلية) وبين نتائج تحليل البيئة الخارجية لهذه المؤسسة، ويجب أن تكون هذه العملية قادرة على مساعدة المؤسسات التعليمية في الإستفادة من نواحي القوة والحد من نواحي الضعف، وفي استثمار الفرص المتاحة وفي التقليل من التهديدات المحتملة.

2- أهمية التخطيط في مجال التربية والتعليم:

للتخطيط أهمية وفوائد كبيرة في مجال التربية والتعليم، فهو يتضمن التفكير في الصعوبات التي يمكن أن تواجة الخطة والبحث عن الحلول لها، ونتحدث فيما يلي عن تلك الأهمية:

تأتي أهمية التخطيط في مجال التعليم من كونه عبارة عن مجموعة التدابير المحددة التي تتخذ من أجل بلوغ هدف معين، أما التخطيط الدرسي فهو عملية تصور مسبق للموقف التعليمي الذي يهيئة المدرس لمساعدة المتعلمين على بلوغ وإتقان مجموعة من الأهداف المحددة مُسبقاً، بحيث ينظر المعلم للخطة على أنها نظام متكامل يتألف من مُدخلات وعمليات ومخرجات وتغذية راجعة، بمعنى أن تتضمن الخطة الجيدة تصوراً للمعلومات والمهارات المفترض أن

يتعلمها التلاميذ.

التخطيط في مجال التعليم يُشير إلى النـشاطات العقليـة التـي تـستهدف التفكـير في كيفيـة ترجمـة وتحويل الأهداف التعليمية المنشودة إلى نتاجات فعلية، وهذا التفكير يتضمن إتخاذ مجموعـة مـن القرارات المتـصلة بتحديـد الأعـمال المطلـوب إنجازهـا وإختيـار مـن سـيقوم بهـا، وتحديـد الطـرق والأساليب والوسائل التعليمية الفعالة،وإختيارها لتنفيـذ العمـل، وتحديـد واختيـار الأدوات والمـواد والأجهزة اللازمة للتنفيذ وتحديد الزمن من حيث مدتة وتوقيته ومكان التنفيذ وأدوات التقويم و.. وغيرها من الأدوات التي يؤدي استخدامها إلى تقرير مدى التقدم والنجاح الذي تحقـق، وهـذا مـن شأنه أن يؤدي إلى بلوغ الأهداف المحددة والنتائج المنشودة .

يُعد التخطيط تشخيص للأوضاع التعليمية والتربوية الحالية وتقييم الهيكل التعليمي القائم ودراسة مدى تناسق أجزائه، ومدى الإرتباط بين الأجزاء والأفرع وإحتياجات المجتمع.

في التخطيط يتم رسم سياسة التعليم جملة وتفصيلاً للإستجابة لمتطلبات التنمية الشاملة للبلاد.

يمكننا من خلال التخطيط النظرة البعيدة الواعية إلى المستقبل ورسم الخطط عـلى المـدى الطويـل، مع تقدير الاحتياجات والتنبؤات المبنية على أسلوب علمي.

عن طريق التخطيط يمكننا التحسين النوعي والإصـلاح الفنـي للعمليـة التربويـة وتناولهـا بالتجديـد والتطوير.

تمكين التعليم من التخلص من حالة عدم التوازن الداخلي فيه وضمان النمو السليم له في المستقبل، وذلك لأن التخطيط يهتم بالتنبؤ بما يمكن أن يحدث من مـشكلات وعقبـات ويـساعد عـلى تجنـب وقوعها وتفاديها بما يضعه من حلول وبدائل.

يُمكننا التخطيط من النظرة البعيدة الواعية للمستقبل، ورسم الخطط على المدى الطويل، مع تقدير الاحتياجات والتنبؤات المبنية على أساس وأسلوب علمي سليم.

يعمل تخطيط التعليم على تخفيف حده الإهدار فيه ورفع مستوى كفاءته .

يمكننا التخطيط من حسن استغلال موارد التعليم وتعبئتها والاستخدام الأمثل لها.

يعمل التخطيط على حسن استثمار الوقت أوالزمن في مجال التعليم بصورة جيدة باعتبارة مدخلاً من موارد التعليم .

3- أسباب ومبررات الأخذ بالتخطيط في مجال التعليم:

توجد عدة أسباب ومبررات تدعو إلى الأخذ بالتخطيط في مجال التعليم منها ما يلي:

أ- الإيمان بالتخطيط كمبدأ أو كأسلوب للعمل والأخذ بالتخطيط الشامل:

التعليم هو النشاط الهام الذي يمد باقي أنشطة المجتمع بما تحتاج إليه من قوى عاملة مؤهلة، ولهذا فإن الحاجة تكون ضرورية جداً لتخطيطة، حتى في البلاد التي لا تأخذ بالتخطيط الشامل، فإن التعليم بها مسئولية قومية يحتاج إلى التخطيط.

ب- ضرورة ربط التعليم بحركة المجتمع وتطورة:

تخضع المجتمعات المعاصرة للعديد من التغيرات والتطورات منها تغيرات سياسية وإقتصادية وإجتماعية و... أو حركات القوى العاملة، والتعليم لا بد وأن يتابع كل هذه المتغيرات والتطورات، وينمو ويتغير حتى يتلائم معها، كما أن التعليم يُعتبر أحد العوامل الأساسية في إحداث هذه التطورات والتغيرات، ولكي يكون في الإمكان ربط التعليم بحركة المجتمع وتطورة فلا بد من الأخذ بأسلوب التخطيط حتى ينمو التعليم بالمعدلات الملائمة لنمو المجتمع إقتصادياً أو اجتماعياً أو سياسياً أو عقائدياً.

جـ - إرتفاع نفقات التعليم:

التعليم يحتاج إلى نفقات كبيرة لأنه حق لكل مواطن وإلزامي لعدد كبيرمن السنوات، ويستلزم نفقات كبيرة سواء في المباني وتجهيزاتها أو المدرسين وتدريبهم ومرتباتهم، والنفقات الإدارية الأخرى...، ولهذا فمن الضروري وضع تخطيط مناسب للتعليم والإتقان عليه حتى يستطيع القيام بدورة على أكمل وجه.

د- زيادة الطلب على التعليم:

يتزايد الطلب على التعليم باستمرار بسبب الزيادة السكانية المستمرة وأن التعليم حق لكل مواطن من أجل تنمية وتحسين مهاراته، وبسبب التنمية الاقتصادية المستمرة مما يؤدي إلى زيادة الطلب على التعليم، فهو أداة للترقي الوظيفي والاجتماعي، وأهم أداة للنمو الإقتصادي، لذا يجب تخطيط التعليم حتى يستطيع مقابلة تلك الزيادة المستمرة في الطلب عليه، وحتى يُمكن توجية الأشخاص إلى المجالات والتخصصات التي تحتاجها خُطط التنمية الإقتصادية والاجتماعية في ضوء رغباتهم وإمكاناتهم.

هـ ضرورة التنسيق والتوازن في المجالات المختلفة لتنمية التعليم:

ويقصد هنا ضرورة إتباع أسلوب التخطيط في مجال التعليم من أجل تحقيق التوازن والتناسق في المجالات الآتية:

- بين المستويات المختلفة للتعليم.
- بين الأنواع المختلفة للتعليم ، بصفة خاصة بين التعليم العام والتعليم الفني أو بين التعليم النظري والتعليم العملي.
- بين الريف والحضر، فيجب الاهتمام بالريف والمناطق النائية مثل الاهتمام بالمدينة.
- بين البنين والبنات خصوصاً في الريف والمناطق النائية .
- بين التعليم والتدريب، فيجب الاتصال والتنسيق بينهما تلافياً لأي إزدواج أو تناقض.

4- ضرورات التخطيط في مجال التربية والتعليم:

من خلال العرض السابق لمفهوم وماهية التخطيط يمكن الوصول إلى بعض أسباب ودواعي ومبررات (ضرورات) الأخذ بالتخطيط في مجال التعليم، فلقد أصبح التخطيط ضرورة فرضت التغيرات الحادثة في كافة المجالات في المجتمع، والتي رضت علينا إعادة النظر في سياسة التخطيط في كافة المجالات ومنها مجال التعليم، وذلك من أجل جعلة أداة فعالة في إحداث عملية التنمية الشاملة، وذلك كما يلي:

- الزيادة السكانية وما أدت إليه من إرتفاع الطلب وزيادة الرغبة المجتمعية في التعليم

بكافة أنواعه، لكونة مبرراً لأحداث التغيرات الجديدة وتحقيق التنمية والتقدم.

- التوسع في التعليم مما أدى إلى الخلل وعدم التنسيق في تنميتة ، مثل التوسع في التعليم النظري على حساب التعليم العملي والفني والمهني، والتوسع في تعليم الأطفال بدرجة أكبر من تعليم الكبار والتوسع في التعليم في المدن دون مراعاة الفارق في التعليم في الريف، والنقص في عدد المعلمين والمباني والمرافق في مواجهة زيادة أعداد الطلاب، والتحسن النوعي في التعليم على حساب التحسن الكيفي والكمي.

- التكلفة المادية العالية التي يتطلبها التعليم، حيث أن التعليم الإلزامي يمتد حتى تسع سنوات من عمر الطفل.

- عدم التوافق بين التعليم ومتطلبات السوق، فالصلة بينهم ضعيفة أو تكاد تنعدم.

- أهمية الربط بين التخطيط الاقتصادي والتخطيط للتعليم، فالتخطيط الإقتصادي لا يمكن نجاحة إلا بالإرتباط بالتخطيط التعليمي والتربوي حتى يُلبي احتياجاته.

- التغيير في التراكيب المهنية والوظائف ، وما يتطلبة ذلك من مهارات مختلفة في المهن والخبرات اللازمة لمُسايرة التطورات الحديثة وما يترتب عليها من نتائج.

- من أهم ضرورات التخطيط للتعليم هو إتساع الأمية وبالذات بين كبار السن ممن يمارسون العمل وتنخفض مستويات التعليم لديهم، ويكون على الدولة عبء تدبير الموارد والإمكانات اللازمة للقيام بأعباء تعليمهم، فيكون التخطيط التعليمي ضروري لمواجهة ذلك، والقيام بما هو مطلوب ومناسب له وبالشكل الذي يخدم الاقتصاد والمجتمع وأفراده.

- الإرتفاع النسبي في الدخول، وإرتفاع مستويات المعيشة مما يتطلب التوجه بدرجة أكبر نحو التعليم، مما يعني أعباء تعليمية أكبر ينبغي على التخطيط تلبيتها وتدبير الموارد والإمكانات اللازمة لها.

- تخطيط التعليم من أجل رفع مستواه كماً ونوعاً في ظل التطور العلمي والتكنولوجي

الواسع والمتزايد، والذي يفرض على الدول النامية ضرورة العمل بجهد كبير مـن أجـل مواكبـة هذا التطور ومواكبة متطلباته، وبالتالي التوسع في التعليم كماً ونوعاً من أجل مُسايرة متطلبات التطور العلمي والتكنولوجي.

- التغيرات في الهيكل الإقتصادي والإنتاجي، وفي أساليب ووسائل الإنتاج المـستخدمة، مـما يـؤدي إلى أن يقل الطلب على فئات معينة من العاملين، ويزيد الطلب على فئات أخرى، مـما يفـرض ضرورة التوجة نحو الأخذ بالتخطيط التعليمي من أجل تزويد العاملين بالتعليم الـذي يُناسـب قيامهم بالوظائف والمهن المطلوبة وما تتطلبة من مهارات ومعارف وكفاءة.

- التطورات الإجتماعية والسياسية والثقافية في العالم، فرضت على دول العالم النامي التوجة نحو الأخذ بالتخطيط التعليمي من أجل ضمان تطوير التعليم كماً ونوعاً، وبالشكل الذي يـؤدي إلى تطور وعي الأفراد وثقافتهم، ويُحفـزهم عـلى المـشاركة الإيجابيـة والفعالـة في كافـة الجوانـب الحياتية (السياسية- الإقتصادية- الاجتماعية - الثقافية ...) ، وبما يُساهم في تطـوير المجتمـع بأكملة.

- من أهم أسباب اللجوء إلى تخطيط التعليم تضاعف الرغبـة العمليـة لتطـوير طـرق إسـتـشعار المستقبل بهدف التأثير الفعال فيه مـن خـلال الإسـتفادة المُـثلى مـن التكنولوجيـا المعـاصرة في تطوير بعض طرق التعليم.

- التخطيط للإستفادة القصوى من التعليم الخاص في كافة مراحل التعليم وأنواعـه، وبمـا يـضمن عـدم الإخـلال بمبـدأ تكـافؤ الفـرص التعليمية،وتزايـد الرغبـة في أن يـشمل التخطـيط جهـود الجمعيات التوعوية غير الحكومية فيمجال نشر التعلـيم وتطـويره، خاصـة في الأمـاكن النائيـة والمحرومة وبشكل يتكامل مع السياسة التعليمية للدولة (أي دولة) ولا يتصارع معها، بما يُمثل تكاملاً بين الجهود الحكومية وغير الحكومية في نشر التعليم وتطويره .

- مـن ضرورات تخطـيط التعلـيم تعظـيم مبـدأ الإسـتفادة القـصوى مـن الإمكانـات البـشرية

والمادية المتاحة، خاصة في الدول النامية بما يجعل الهدر في حده الأدنى وبشكل دائم ، خاصة بعدما تزايدت في تلك الدول معدلات الهدر بصورة متعددة في الرواتب، وشراء الأجهزة واستخدامها وصيانتها وغير ذلك كثير جداً، وفينفس الوقت تزايدت الأزمات الإقتصادية بشكل لم يسبق له مثيل.

- تخطيط التعليم من أجل التوسع في نظم الإعداد الشامل للطالب، بدلاً من ربطة بتخصص ضيق ربما يختفي في المستقبل، مع ضرورة إعادة النظر في نظم تشعيب الطلاب بحيث تتأخر بعض الوقت حتى يصل الطالب إلى مرحلة النضج التي تمكنه من اختيار التخصص الأنسب لإمكاناته، وأهمية التخطيط لتوثيق صلة الجامعات بمؤسسات العمل في المجتمع من أجل تنظيم برامج تدريب قبل الخدمة، بحيث يستكمل الطالب ما يحتاج إليه من مهارات قبل تسلم عمله ويواصل بعد ذلك التدريب أثناء الخدمة.

- التخطيط من أجل تحقيق المساواة والعدالة الاجتماعية والتقليل من حدة التباينات والفروق في التعليم بين الريف والحضر، وبين التعليم في المدارس الخاصة والحكومية، وبين البنين والبنات في حق التعليم ونوعيته.

- وترى المؤلفة أنه من أهم دواعي وضرورات التخطيط في مجال التعليم في مصر ما يلي:-

- التخطيط للتعليم من أجل تحسين العملية التعليمية وتغير المناهج من مجرد الحفظ والتلقين والنظري إلى المناهج العملية التي تعتمد على المواد العلمية،والتطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا التعليم.

- التخطيط من أجل إيجاد حل لسوء حالة الأبنية التعليمية (المدارس والجامعات) وإفتقارها للمقومات الأساسية للتعليم الحديث، وتكدس وإزدهار الفصول بصورة كبيرة جداً.

- التخطيط من أجل تطوير المناهج الدراسية وتحقيق الجودة التعليمية، والاهتمام بالأنشطة المدرسية والطلابية، وخلق وتنمية روح الإبتكار لدى الطلاب.

5- أهداف التخطيط في مجال التربية والتعليم:

هناك العديد من الأهداف " السياسة -الإقتصادية- الاجتماعية - الثقافية التعليمية ..." التي يستهدف التخطيط التعليمي تحقيقها، والتي يجب ألا يُغلب أحد هذه الأهداف على الأخرى بحكم الترابط والتكامل بين الجوانب الحياتية كلها، وبالشكل الذي يُسهم من خلاله في عملية التطوير في إطار التخطيط اللازم لإحداث التنمية الشاملة من أجل تطوير الإقتصاد والمجتمع ككل، فهناك ترابط قوي وتكامل بين تخطيط التعليم وبين تخطيط الجوانب الأخرى في المجتمع كله، من خلال التخطيط الشامل لكافة هذه الجوانب في إطار عملية تنمية الإقتصاد ككل، ومن هذه الأهداف ما يلي:-

- الأهداف الإقتصادية: والتي يهدف تخطيط التعليم فيها إلى تلبية إحتياجات الإقتصاد في عملة وتطورة ونموة، وتوسيع النشاط الإقتصادي وإنتاجيته التي ترتبط باقامة المشاريع الإستثمارية المنتجة بالشكل الذي يُحقق نموه وتطوره، وهذا يُمكن تحقيقة بتوفير التعليم كماً ونوعاً للعاملين وحسب إحتياجات سوق العمل، أي إحداث التناسب بين الطلب على القوى العاملة وعرضها وحسب محتواها التعليمي بحيث لا تتحقق زيادة أو نقص في ذلك حتى لا يحدث فائض في مخرجات النظام التعليمي من القوى العاملة تزيد عن الطلب عليها، وذلك تلافياً لحصول بطالة بين المتعلمين والتي تتضمن هدراً في الموارد البشرية، والعمل على زيادة إنتاجية العاملين عن طريق زيادة معارفهم ومهاراتهم، بإرتفاع المستوى والمحتوى التعليمي لديهم كماً ونوعاً عن طريق التخطيط التعليمي للوصول إلى هذه الأهداف .

- الأهداف الإجتماعية: وتحتل الأهداف الإجتماعية أهمية كبيرة في التخطيط التعليمي من خلال إرتباطها الوثيق بالأهداف الإقتصادية في إطار التخطيط وذلك من خلال توفير فرص متكافئة للجميع في الحصول على التعليم والإنتفاع منه باعتباره حق لكل إنسان بما يحقق تطور جميع أفراد المجتمع بدون إستثناء، يحقق تخطيط التعليم تطويراً في حوافز الأفراد ودوافعهم وميولهم وإتجاهاتهم الاجتماعية بما يؤمن مشاركتهم الإجتماعية الإيجابية والفاعلة وتطوير وعيهم وثقافتهم ، ويعمل التخطيط للتعليم على الحفاظ على

القيم والتقاليد والعادات الاجتماعية الإيجابية ويعززها، ويحد من القيم والتقاليد والعادات الاجتماعية السلبية، وتطور وعي ومدارك الأفراد واتجاهاتهم بالشكل الذي يدفعهم إلى مزيد من التماسك والترابط الاجتماعي.

- الأهداف السياسية: تخطيط التعليم يعمل على تحقيق العديد من الأهداف السياسية مثل تنمية روح المواطنة لدى الفرد وزيادة وعية ومشاركتة الإيجابية الفعالة في الحياة السياسية، كما يُحقق التخطيط الجيد للتعليم روح الإنسجام والترابط والوئام بين المكونات السياسية للمجتمع بما يُساهم في تطوير روح المشاركة من قبل الجميع، وتنمية الإرث الثقافي والاجتماعي والحضاري وتنمية الشخصية الوطنية والقومية للحفاظ على الهوية الذاتية والأصالة لأفراد المجتمع، وزرع روح التفاهم والوئام والإنسجام بين الشعوب في مختلف الدول، بما يُسهم في الحد من الصراعات السياسية بين الدول وبين الشعوب، وذلك لضمان تعاونها لتحقيق مصالحها المشتركة.

- الأهداف الثقافية: التخطيط للتعليم يعمل على تنمية الثقافة وتطويرها ونشرها بين أفراد المجتمع، لأن هناك إرتباط قويبين التعليم والثقافة، فالتخطيط الجيد للتعليم يُتيح التوسع في إكتساب الثقافة وتنميتها، وتطوير ثقافة الأفراد ووعيهم ومداركهم بالإطلاع على الثقافة الإنسانية والإنتفاع منها في إحداث التطوير الثقافي، كما أن تخطيط التعليم يُتيح توفير المؤسسات والوسائل والمستلزمات والأنظمة والأُطر التي تُتيح نشر الثقافة وتطويرها من خلال (المؤتمرات والندوات والمكتبات و...) التي تُسهم في تنمية الثقافة ونشرها بما يضمن الإنتفاع منها في عملية التطور الثقافي لكافة أفراد المجتمع .

- يهدف التخطيط في مجال التربية والتعليم إلى منح جميع أفراد المجتمع فرصاً متكافئة في التعليم دون النظر لأوضاعهم الاقتصادية أو الاجتماعية ودون عوائق مادية أو معنوية.

- إتاحة الفرصة لكل أفراد المجتمع في الحصول على التعليم الذي يتناسب مع قدرات وإمكانيات كل فرد العقلية والذهنية.

- توفير إحتياجات المجتمع من القوى العاملة اللازمة لتطويرة إقتصادياً وإجتماعياً، وتحقيق

متطلباته من هذه القوى البشرية العاملة.

- المحافظة على هوية المجتمع والحيلولة دون إندماجها في هويات أخرى غريبة عنه.

- المساهمة في تطوير المجتمع وتحويلة إلى مجتمع حديث يتميز بالمرونة والقدرة على الاستجابة لمستجدات العصر.

6- مميزات وفوائد التخطيط في مجال التربية والتعليم:

للتخطيط في مجال التربية والتعليم العديد من المميزات والفوائد، نذكر منها ما يلي:

- التخطيط عملية شاملة: تعتمد على إدراك الحاجة بهدف التفرقة بين المقاصد والنهايات، كما تعتمد على إدراك التفاعل الديناميكي الذي يظهر بين الأنظمة الفرعية للمؤسسة ومن خلال تلك الأنظمة، وذلك يرجع إلى أن المخططين دائماً يحتاجون أن يروا الصورة الاجمالية للنظام وأن يفهموا أن ما يؤثر على نظام فرعي واحد إنما يؤثر على باقي الأنظمة الفرعية.

- التخطيط عملية تعاونية: فالمخططين في المؤسسات التربوية يُدركون أن الأفراد فيمثل هذه المؤسسات الذين سيتأثرون بالخطة المقترحة يجب أن يكونوا مشاركين فيها من أجل تحسين إحتمالية نجاح تنفيذ الخطة، ولأن أعضاء المؤسسة التعليمية لديهم الكثير للمساهمة به في عملية التخطيط، وأن الخطة ستكون ناجحة عند مشاركة عناصر أكثر فيها، وأنهم أكثر إدراكاً للمشاكل المراد حلها.

- التخطيط عملية مستمرة: وهذه من أهم مميزات التخطيط الناجح، فالتخطيط عملية لا نهائية ومتجددة بصورة دائمة ويتم تحديثها باستمرار، لتواكب أي تطورات أو تغيرات في المؤسسة التربوية، فتطوير المناهج التعليمية عملية لا تنتهي.

- التخطيط عملية إلتزام: فنجاح التخطيط في المؤسسات التربوية يرتبط بمدى إلتزام أفراد تلك المؤسسة بعملية التخطيط والاتصال فيما بينهم والفهم الجيد لتلك العملية.

- التخطيط عملية إدراك للتغيير: فهو ليس نهاية في حد ذاته، ولكنه عملية تُساعد

على تحقيق النهايات المرجوة.

- التخطيط عملية دائرية: فهناك علاقة بين مناخ عملية التخطيط ومناخ وثقافة المؤسسة وهي علاقة دائرية، فمناخ وثقافة المؤسسة يؤثران على قُدرة التنفيذ الناجح لعملية التخطيط .

- من أهم مميزات التخطيط أنه يُمكن من الوقوف على الوضع الحالي للمؤسسة التعليمية من حيث نقاط القوة والضعف فيها والفرص المتاحة والتهديات المحتملة.

- توحيد الرؤية للمؤسسة التعليمية بحيث يسعى كل المعنيين بالعملية التعليمية لتحقيقها.

- العمل بروح الفريق وتضافر كل الجهود لإنجاح العملية التعليمية.

- تشجيع المبادرات البناءة، والإستثمار الأمثل للموارد المتاحة المادية والبشرية.

- تحديد الأولويات فيالعمل والوقت المطلوب لتنفيذها .

- عدم تكرار المحاولات الخاطئة وتوفيرالوقت والجهد والمال.

- تحقيق رضا كل المعنيين بالعملية التعليمية والتنمية المهنية المستديمة لهم، من خلال شعورهم بالملكية والمسئولية والحرص على نجاح الخطة وتنفيذها.

- الإبتكارية في وضع حلول للمشكلات التي تواجة المؤسسة التعليمية، والتكامل بين جميع الجهود لتحقيق الأهداف المنشودة.

- إعداد الكوادر والإمكانيات البشرية وتنميتها، ووضع الأهداف المنشود تحقيقها، وسرعة إتخاذ القرار بدقة وذكاء من أجل تلافي الأخطاء وتحقيق الأهداف.

- تحقيق الأمان النفسي وعدم الخوف من المستقبل لأنه سيكون مخططاً وواضح للجميع بما يوفر سهولة الرقابة في ظل خطة استراتيجية واضحة وسهلة وتم وضعها بعناية ودقة .

7- أسس ومبادئ التخطيط في مجال التربية والتعليم:

من أجل ضمان الحصول على مميزات وفوائد التخطيط في مجال التربية والتعليم، وتأكيد جدواه، يوجد العديد من الأسس والمبادئ التي يجب الإستناد إليها في تخطيط التعليم ومراعاتها عند الأخذ به، ومن هذه المبادئ والأسس ما يلي:-

- ضرورة أن يُلبي التخطيط التعليمي إحتياجات المجتمع في جميع جوانبها " السياسية- والإقتصادية والاجتماعية – والثقافية و ... إلخ) حسب الأولويات التي تتضمنها الخطة التعليمية في الفترة الزمنية المحددة وإرتباطاً بالتنمية وخططها الشاملة لجميع هذه الجوانب.

- أن تُتاح العدالة والتكافؤ في الفرص التعليمية، بحيث تكون هذه الفُرص مُتاحة لجميع أفراد المجتمع وفئاته.

- أن يتوفر التعليم الأساسي لكل أفراد المجتمع دون إستثناء، واعتبار أن الحصول على التعليم الأساسي حق من الحقوق الأساسية لكل إنسان كحق من حقوق المواطنة.

- الاهتمام بالتطوير النوعي والكمي للتعليم أثناء التخطيط له، لأن تخريج كم من الخريجين بدون معارف ومهارات ومؤهلات علمية مقبولة ومناسبة لحاجة الإقتصاد والمجتمع، يؤدي إلى بطالة هؤلاء الخريجين وعدم الإنتفاع منهم.

- العمل على ضمان إستمرارية التعليم والتعلم طوال حياة الفرد، سواء كان ذلك من خلال التعليم النظامي أو من خارجة التعليم غير النظامي عبر وسائل الإعلام ومؤسسات المجتمع المدني مثلاً، والتعليم الذاتي المستمر حتى تتحقق إستمرارية عملية التطوير للإنسان بما يضمن تطور معلوماتة ومعارفة ومهاراتة طوال حياته بما ينعكس على إستمرارية عملية التطور الإقتصادي والإجتماعي.

- الإلمام بالمناهج الدراسية مما يُسهل تحديد الأهداف، وتحليل المحتوى العلمي إلى أشكالة وأنواعة المختلفة.

- فهم الأهداف التربوية العامة وأهداف تدريس المادة التعليمية بشكل خاص بما يُيسر وضع الخطط التدريسية في ضوئها.

- معرفة طبيعة الطلاب وقدراتهم وإحتياجاتهم وميولهم وإهتماماتهم والخصائص المختلفة لهم.

- معرفة أساليب القياس والتقويم المناسبة والحديثة .

8- متطلبات التخطيط في مجال التربية والتعليم :

- من أجل القيام بعملية التخطيط في مجال التربية والتعليم يوجد العديد من المتطلبات نذكرمنها ما يلي:-

- أن يكون التخطيط شامل يتضمن ويستهدف تنمية جوانب الحياة المختلفة (السياسية- الاقتصادية -الإجتماعية- الثقافية ... إلخ) حتى يكون أساساً يتم الإستناد إليه في التخطيط التعليمي، ويكون هدفة الأساسي تلبية الإحتياجات التعليمية الكمية والنوعية والتي يتطلبها التخطيط الشامل.

- توفر المعلومات والبيانات الكافية عن جوانب الحياة في كافة المجالات (السياسية – الاقتصادية – الاجتماعية – الثقافية- ... إلخ)، والمعلومات الخاصة بالتوجهات بخصوص هذه الجوانب والتي تتضمنها خطط التنمية الشاملة، مثل المعلومات والاحصاءات (الاقتصادية – السكانية – القوى العاملة – التربوية).

- ضرورة وجود إدارة على مستوى المجتمع والاقتصاد بصفة عامة، وتكون جادة وقوية وتعمل بفاعلية وتمتلك الإرادة والقُدرة على الأخذ بالتخطيط الشامل بصورة عامة، والتخطيط التعليمي الذي يتم في إطارة بصورة خاصة، إذ أنه بدون هذه الإرادة والقدرة لا يُمكن القيام بعملية التخطيط الشامل والتخطيط التعليمي، ولو تم التخطيط سيكون مُتعثراً ولا يُحقق النجاح المطلوب أو الأهداف المرجوة.

- وجود إرادة مجتمعية ورغبة قوية لدى معظم بل جميع أفراد المجتمع، تدفع باتجاه ضرورة

الأخذ بالتخطيط الشامل لعمل الاقتصاد وتنميته والتخطيط التعليمي الذي يتم في إطارة، والتي يجب أن تتكامل وتتسقمع إدارة الاقتصادوالمجتمع.

- الإستقرار السياسي والاجتماعي الذي يُتيح الأخذ بالتخطيط الشامل للإقتصاد وتنميته، والأخذ بالتخطيط التعليمي الذي يتم في إطارة، وهو الذي يضمن انتظام وإستمرارية هذا التخطيط، إذ أن عدم الإستقرار السياسي والاجتماعي والاقتصادي يؤدي إلى عرقلة عملية التخطيط أوعدم تنفيذها.

- ضرورة وجود مؤسسات وأجهزة وكوادر قادرة على القيام بعملية التخطيط التعليمي على مستوى المجتمع والاقتصاد ككل، وعلى مستوى الجهات والهيئات الأدنى وصولاً إلى الوحدة التعليمية والتي تمثلها المؤسسة التعليمية (المدرسة – الجامعة ... الخ) .

- توفر المستلزمات المالية والمادية والبشرية الكافية للقيام بعملية التخطيط التعليمي، إذ أن العجز والقصور المالي والمادي ونقص الموارد البشرية يُعرقل ويُعيق تنفيذ الخطة، أو يُضعف كفاءتها وفعاليتها فيتحقيق أهدافها، خاصة في خدمة الإقتصاد والمجتمع وتنميتهما وتطويرهما .

9- أولويات التخطيط في مجال التربية والتعليم:

- تتعدد أهداف التخطيط التعليمي وتتنوع بدرجة كبيرة وتختلف فيمدى أهميتها وأولوية تحقيق أي منها تبعاً لمدى أهميتها من مجتمع لآخر، ومن وقت لآخر في نفس المجتمع، وهذا يفرض ضرورة تحديد الأولويات في تخطيط التعليم بالشكل الذي يتم فيه مراعاة أهمية الأهداف المُراد الوصول إليها من خلال هذا التخطيط، والتي تلبي أكبر قدر من إحتياجات التعليم في تلك الفترة للمجتمع بصفة عامة بحيث يتم تفضيل الأكثر أهمية ومنحة الأولوية، "ومن هذه الأولويات خاصة في الدول النامية ومنهامصر ما يلي" :-

- تحديد معدلات النمو والتطوير في أنواع التعليم المختلفة ومستوياته في جوانبها الكمية والنوعية، بحيث تُراعى معدلات النمو والتطوير هذه مدى الحاجة إلى التوسع في هذه

الأنواع والمستويات، ومدى التطور الكمي والنوعي المراد تحقيقه من أجل تحقيق الأهداف السياسية والاقتصادية والإجتماعية والثقافية والتي تمثل أهداف التنمية بمفهومها الشامل لكافة جوانب الحياة.

- إعطاء الأولوية في تخطيط التعليم عند القيام بالتطوير الكمي والنوعي إلى المناطق النائية والريفية والأقل تطوراً من أجل تعويضها عن النقص الكمي والنوعي للتعليم فيها، ولضمان تحقيق العدالة في توزيع الخدمات التعليمية على المناطق المختلفة وإتاحة الفرص المتكافئة للحصول على الخدمات التعليمية.

- إعطاء الأولوية في تخطيط التعليم إلى تعليم الإناث، من خلالتطوير المفاهيم والقيموالدوافع التي تُتيح ذلك، عن طريق إجراءات يتضمنها التخطيط التعليمي، مثلاً حوافز تدفع باتجاه تعليم الإناث خاصة في الدول النامية والذي يؤدي إلى ضعف مشاركتها في مجالات الحياة المختلفة، بما يؤدي إلى إنخفاض المشاركة الفعالة لكافة أفراد المجتمع في تطويرة.

- إعطاء الأولوية لمحو أمية الكبار وتعليمهم في ظل إرتفاع نسبة الأمية في هذه الفئة العمرية من السكان خاصة في الدول النامية وإنخفاض مستوياتهم التعليمية، وبذلك تقل معارفهم ومهاراتهم ووعيهم و ... إلخ، وهوما يقود إلى إنخفاض مشاركتهم في جوانب الحياة المختلفة خاصة الإنتاجية منها، ويفرض ضرورة منح الأولوية لمحو أميتهم وزيادة مستويات تعليمهم من خلال دورات تعليمية مُركزة ومكثفة.

- أولوية توفير إلزامية التعليم لسنوات مُعينة، يُراعى في تحديدها حاجة المجتمع وظروفة ومواردة وإمكاناته، بحيث تكون الأساس الكافي لمراحل التعليم اللاحقة،حتى تحقق النتائج المرجوةمنها.

- إعطاء الأولوية عند التخطيط للتعليم للتطور النوعي له، خاصة عندما يتحققالتطور الكمي للتعليم، بحيث يكون الاهتمام والتركيز في الخطة التعليمية على تطوير مضامين التعليم ومحتوياته وأساليبةوطرقة، والتقويم بالشكل الذي يحقق إستفادة الفرد ويُلبي

إحتياجات المجتمع والاقتصاد ، وتطوير الوسائل والأساليب المستخدمة لكي تُكون مرتبطة بالتطور التكنولوجي الواسع والمتسارع.

- إعطاء الأولوية في تخطيط التعليم إلى الترابط بين مراحل التعليم المختلفة إبتداءاً من محو الأمية والتعليم الأساسي والإعدادي والثانوي والجامعي وإنتهاءاً بالدراسات العليا، وذلك بسبب أهمية الترابط بين تلك المراحل، لأن التقصير في أي مرحلة ينعكس على بقية المراحل ويؤدي إلى إنخفاضها، أما التطوير في مستوى وطبيعة ونوعية التعليم في أي مرحلة من تلك المراحل يُسهم في تطوير المراحل الأخرى.

- إعطاء الأولوية في تخطيط التعليم لتطوير الجانب والتطبيقي في التعليموالذي يخدم جميع نشاطات الحياة في المجتمع خاصة النشاط الإقتصادي، والتقليل من الجانب النظري خاصة وأنه يعتمد بصورة أساسية على التطور الذي حدث فيالدول المتقدمة ومرتبط بظروفها وأوضاعها التي قد لا تتلائم مع ظروفنا في الدول النامية.

- إعطاء الأولوية في تخطيط التعليم لتطوير المناهج وأساليب التدريس وطرق التعليم ومضامينها بالشكل الذي يحقق إرتباطها بالمجالات العلمية والعملية في المجتمع خاصة الجوانب الاقتصادية والإنتاجية، والجوانب الاجتماعية والثقافية وبالشكل الذي يُحققأهداف تخطيط التعليم .

10- أنواع التخطيط في مجال التربية والتعليم:

- التخطيط عبارة عن عملية منظمة واعية لاختيار أفضل الحلول الممكنة للوصول إلى أهداف محددة، وهو عملية لترتيب الأولويات في ضوء الإمكانيات المتاحة، وتتعدد أنواع التخطيط في مجال التعليم وذلك كما يلي.

- من حيث الأهداف : ينقسم إلى تخطيط بنائي وتخطيط وظيفي.

- من حيث المجالات: ينقسم إلى تخطيط شامل وتخطيط جزئي.

- من حيث ميادينة: ينقسم إلى التخطيط الطبيعي والتخطيط الاقتصادي والتخطيط

الاجتماعي والتخطيط الثقافي.

- من حيث الأجهزة التي تقوم به: ينقسم إلى تخطيط مركزي وتخطيط لا مركزي.

- من حيث المدى الزمني: ينقسم إلى تخطيط طويل المدى (خمس سنوات فأكثر) وتخطيط قصيرى المدى (سنة واحدة) وتخطيط متوسط المدى (من سنتين إلى خمس سنوات).

- من حيث المستويات: ينقسم إلى تخطيط قومي وتخطيط إقليمي ومحلي .

11- خطوات عملية التخطيط في مجال التربية والتعليم:

تتضمن خطوات عملية التخطيط في مجال التعليم وضع تصور مستقبلي للأنشطة التي توصل المؤسسة التعليمية إلى تحقيق أهدافها، والهدف هو عبارة عن: "نتيجة محددة يُراد الوصول إليها في نهاية مُدة معينة، ونشاط مرسوم ضمن مسار يقود إلى غاية تتحقق من خلال تحقيق الأهداف، والخطة عبارة عن خطوات في المستقبل لتحقيق ذلك الهدف"، وهذه الخطوات كما يلي:-

- التحديد الدقيق للأهداف المراد الوصول إليها والنتائج المتوقعة.

- تحديد الواقع الفعلي من الأهداف ونقاط القوة والضعف لإستغلال نقاط القوة ومحاولة تلافي نقاط الضعف.

- وضع الفروض التخطيطية: أي صناعة مشاهد مستقبلية نحاول من خلالها معرفة البيئة التخطيطية أو الظروف البيئية المستقبلية التي يتوقع أن تعمل فيها المنظمة، ومحاولة تحديدها مما يُساعد تلك البيئة على الوصول إلىالهدف، وتحديد الجوانب السلبية للحد من تأثيرها.

- تحليل وتحديد بدائل العمل المحتملة وإختيار الأكثر فاعلية وكفاية لتحقيق الأهداف منها، واستبعاد ما هو غير مناسب.

- إختيار إجراءات العمل المناسبة لتطبيق الخطة وبدء تقييم نتائجها واتخاذ إجراءات

تصحيحية أثناء التنفيذ وتعديل الخطة أو وجود خطة بديلة عند اللزوم.

- وهناك تصور آخر لخطوات عملية التخطيط في مجال التربية والتعليم مُرتبه كما يلي:-

- تصور ما يمكن أن تؤول إليه المؤسسة التعليمية إذا استمرت في ممارسة نفس أساليبها، والعمل في نفس مستوى أدائها الحالي رغم تغير الظروف والمواقف المحيطة بها.

- إعادة النظر في الأهداف الإستراتيجية التي سبق تحديدها والتأكد من أن الفُرص المتاحة ما زالت جيدة في تحقيقها.

- يقوم فريق التخطيط الإستراتيجي بتحديد الوضع الحالي للمؤسسة التعليمية وبين الوضع المثالي المستهدف الوصول إليه.

- البحث عن الإستراتيجيات البديلة التي يُمكن من خلالها تقليص الفجوة بين الوضع الحالي والمثالي، ويتطلب ذلك الرجوع إلى الدراسات والتحليلات التي توضح مزايا وعيوب إستخدام الإستراتيجيات البديلة.

- تحليل البدائل الإستراتيجية لمعرفة وتشخيص إمكانية إستخدامها، وحجم الفوائد التي يُمكن أن تُحققها المؤسسة، وكلفة ومتطلبات تلك البدائل.

- الإدارة العليا وفريق التخطيط الإستراتيجي باختيار الإستراتيجيات المناسبة من بين عدد من البدائل الإستراتيجية التي تم الإتفاق عليها وتحويلها إلى خطةعمل واضحة وتحديد الفترة الزمنية التي تحتاجها الخطة.

- صياغة الخطة الإستراتيجية في شكلها المتكامل والتي تحتوي على عدد من العناصر منها:-

- توضيح كامل للوضع الحالي للمؤسسة التعليمية.

- تحديد الأهداف التي تسعى المؤسسة التعليمية إلى تحقيقها بشكل أكثر وضوحاً.

- وصف كل بديل إستراتيجي يتم إختياره لتحقيق الأهداف المرسومة.

12- مراحل التخطيط في مجال التربية والتعليم:

يمر التخطيط بوجة عام بمراحل متعددة، وهي نفس المراحل التي يمر بها تخطيط العمل التعليمي، سواء كان هذا التخطيط على مستوى المؤسسات التعليمية أو منظوماتها الفرعية، وهذه المراحل بالترتيب كما يلي:-

- دراسة واقع المؤسسة تخطيطياً وتعليمياً وبيئياً:- وهذا يعني دراسة الخطط السابقة وتحليل الواقع الفعلي وتقويمه ودراسة البيئة التي يتم التخطيط لها.

- وضع الغايات والأهداف: وهي الأهداف والغايات العامة للتعليم، أو الأهداف والغايات الاجتماعية والسياسية والإقتصادية.

- وضع إستراتيجيات لتحقيق الأهداف: وفي هذه المرحلة يتم تحديد المصادر مثل الأنشطة – الخدمات – العمليات والقوى البشرية التي تعمل على تحقيقالأهداف المنشودة.

- وضع مجموعة من البدائل للوصول إلى الأهداف، وهنا يُحدد القائمون بالتخطيط البدائل (الخيارات) المختلفة التي يمكن من خلالها تحقيق الأهداف، ثم تقويم كل بديل ببيان مميزاته وعيوبة ليتمكن فريق العمل من إختيار البديل (الخيار) الأفضل.

- وضع خطة التنفيذ: وهذه الخطة هي تفصيل للمراحل الواجب القيام بها وتحديد الإختصاصات والمهام والوقت المخصص لإتمام كلمرحلة من المراحل للوصول إلى تحقيق الأهداف.

- وضع موازنة تخطيطية: تحتاج خطة ربط المجالات العملية بالمؤسسة التعليمية مثلاً بالأنشطة الإنتاجية بالبيئة إلى قوى بشرية ونواتج مادية، ولابد من تحديد هذه الاحتياجات قبل البدء في تنفيذ الخطة وإمكانية توفيرها.

- وضع خطة لتقويم خطة التنفيذ: إن عملية التقويم تبدأ مع بداية العمل في الخطة، وذلك تلافياً للأخطاء وإصلاحاً لها.

- تنفيذ الخطة: ويبدأ تنفيذ الخطة بعد التأكد من إتمام جميع الخطوات السابقة وبعد الحصول على موافقة السلطات وتوفير الموازنات المالية المطلوبة، وهنا نُشير إلى أمرين هامين كما يلي:-

الأمر الأول: إن أي خطة للتعليم أو في أي مجال آخر لن تستطيع حل جميع المشكلات الخاصة به، مهما كانت الخطة شاملة ومتكاملة ومفصلة وعلى درجة كبيرة من الإعداد الجيد، لأن المشكلات ومنها التعليم دائماً متجددة ومتطورة، ولذلكيجب أن يكون التخطيط عملية مستمرة، وأن تكون أي خطة قابلة للتعديل، كما يجب أن تتلوها خطط أخرى تتلافى الأخطاء التي وقع فيها المخططون في الخطة الأولى، أو تُعالج مُشكلات جديدة أبرزتها الظروف الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية الجديدة.

الأمر الثاني:إن تقويم الخطة القديمة هو السبيل إلى وضع خطط جديدة في أي مجال (التعليمي – السياسي- الإقتصادي...) وفي ضوء أهداف وغايات جديدة يجب أن تكون أكثر واقعية وأكثر قابلية للتنفيذ وأكثر قدرة على تحقيق الاحتياجات الحقيقية للمجتمع.

13- مكونات الخطة في مجال التربية والتعليم:

تتكون الخطة في مجال التربية والتعليم أو أي مجال آخر من مجموعة من الخطوات التي لا يمكن أن تتم الخطة بدونها وذلك كما يلي:-

- الهدف العام:

وهو المتوقع تحقيقة من خلال تنفيذ الخطة،وهو يحتاج لفترة زمنية طويلة لتحقيقة، ويتم تقسيمة إلى مجموعة من الأهداف الإجرائية والتي في مجملها إذا تحققت يتحقق معها بالتبعية الهدف العام.

- الأهداف الإجرائية:

وهي مجموعة الأهداف المطلوبة تنفيذها من خلال تنفيذ الخطة لتحقيق الهدف العام، فهي أهداف قصيرة المدى، ومرتبطة بالأهداف العامة، ولكن يجب أن يتوافر فيها عدة شروط منها:-

- أن يكون الهدف الإجرائي مُحدد (أي واضح وليس غامض).
- أن يكون قابلاً للقياس كمياً.
- أن يكون قابل للتحقيق وليس خيالياً.
- أن يكون واقعي يتفق مع قيم المجتمع.
- أن يكون له إطار زمني (أي يكون محدد بزمن معين).

ويتم تحديد الأهداف الإجرائية بناءً على الخطوات التالية:-

- الاعتماد على الأداء الماضي للمؤسسة
- التنبؤ بالمستقبل.
- الإستغلال الأمثل للموارد المتاحة.
- مراعاة إحتياجات المؤسسة.
- المقارنة بأداءة مؤسسات مماثلة.
  - الإستراتيجيات (الأنشطة التي تحقق الأهداف):-
- هي مجموعة من الإجراءات التي إذا تحققت أي تم تنفيذها يتحقق معها الهدف الإجرائي.
- يجب أن تكون تلك الإجراءات الإستراتيجيات أو الأنشطة ممكنة التحقيق أي غير مستحيلة، وأن كان بعضها صعب يجب أن يُحذف، حتى إذا كانت أساسية في الهدف الإجرائي فيُحذف الهدف الإجرائي، كما يجب ألا يكون النشاط مُركب.
  - الإمكانيات المادية والبشرية ومصادرها:
- وهي كل ما يحتاجه النشاط لإتمامة سواء كانت هذه الاحتياجات مادية (حاسبات – قاعات تدريب – دعم مالي ...) أو بشرية (مُعلم متمرس – معلم حاسب – معلم نشيط ...) ، فيجب تحديد مصادر هذه الإمكانيات .
  - مؤشرات النجاح (الأدلة والشواهد):-

مؤشرات النجاح هي كل ما يدل على أداء النشاط (الإستراتيجي- الخطة) مع تحقيق الهدف من النشاط، مثلاً إرتفاع أداء المعلمين في التدريس باستخدام التعليم النشط داخل

الفصول أو التدريس باستخدام أدوات التعليم الحديثة، إرتفاع عدد المترددين على المكتبة مثلاً بعد إنتهاء أوقات الدراسة، وزيادة استعارة الكتب.

- التاريخ المتوقع للإنجاز:-

هو التاريخ المتوقع للإنتهاء من النشاط الذي يؤدي إلى تحقيق الهدفالإجرائي.

- مسئولية التنفيذ:-

هو الشخص أو مجموعة الأشخاص المسئولين عن تنفيذ النشاط، وهذا النشاط يقود إلى تحقيق الأهداف الفرعية (الإجرائية) ومن ثم تحقيق الهدف العام .

14- صعوبات ومشكلات التخطيط في مجال التربية والتعليم:

- تواجه عملية التخطيط التعليمي بعض الصعوبات والمشاكل التي تعترض وتعيق تلك العملية عن تحقيق أهدافها، الأمر الذي يوجب ضرورة تجاوز هذه المشاكل والصعوبات، حتى يُتاح للخطة تحقيق أهدافها المرجوة منها، ومن هذه المشكلات والصعوبات ما يلي:-

- الصعوبة في تحديد المستويات التعليمية ومضامينها ومحتوياتها والتي تُلبي إحتياجات العاملين من أجل أداء أعمالهم عند قيامهم بالنشاطات الإقتصادية والاجتماعية... وغيرها، بمعنى المعلومات والمعارف والمهارات التي ينبغي أن تُتاح للعاملين حتى يكون أدائهم لعملهم ونشاطاتهم المختلفة خاصة الإنتاجية منها أفضل، وإنتاجهم أفضل كماً ونوعاً.

- النقص الواضح في المعلومات والبيانات الإحصائية في الجوانب المختلفة ذات الصلة بالتخطيط التعليمي، وهي الجوانب (التعليمية –الاقتصادية– الاجتماعية – السياسية – الثقافية – السكانية ... إلخ)، مثلاً الجوانب التعليمية والمعلومات الخاصة بها عن المراحل الدراسية والمناهج التعليمية ومضمونها والكيفية التي تؤدي فيها العملية التعليمية عناصرها وبالذات الطلبة والمدرسين ونوعيتهم وتأهيلهم وقدراتهم وأساليب إعدادهم ومحتويات هذا الإعداد ومستلزماته المادية والفنية، وهكذا باقي الجوانب.

- الإفتقار إلى تحليل وتقييم وصف العمل "أي طبيعة الأعمال في سوق العمل التي سوف

يلتحق بها الطالب بعد تخرجه من الجامعة" خاصة في النشاطات الإقتصادية والصناعية والإنتاجية، الأمر الذي يصعب معه تحديد المعلومات والمهارات والمعارف التي ينبغي أن تُتاح لدى العاملين من أجل هذا العمل والتي يجب على التعليم أن يوفرها للعاملين من خلال تخطيطة.

- النقص الشديد في الدراسات والأبحاث النظرية والعملية والتطبيقية الميدانية في مختلف المجالات، والتي يمكن أن تُساعد في وضع الخطط التعليمية بكفاءة وفي تنفيذها، وإعتماد طرق وأساليب أفضل وأكثر دقة في هذا التخطيط من أجل أن يُحقق أهدافه بما يخدم الاقتصاد والمجتمع ككل.

- إفتقار معظم الدول النامية إلى وجود تخطيط بعيد المدى يرتبط بوجود إستراتيجية عامة لتطور المجتمع والاقتصاد، ويتحدد في إطارها الغايات والأهداف المراد الوصول إليها في الأجل الطويل حتى تكون أساساً في التخطيط الشامل لتنمية الإقتصاد والمجتمع بصورة عامة، وأساساً للتخطيط التعليمي بصورة خاصة، فعدم وجود تخطيط بعيد المدى يؤدي إلى عدم وضوح الأهداف التي ينبغي على التخطيط التعليمي تحقيقها والعمل على تضمينها في هذا التخطيط، وتوفير متطلبات تحقق أهدافة على أرض الواقع، خاصة وأن التعليم يرتبط بالأجل الطويل في تحقيق أهدافة ونتائجه .

- الصعوبات المرتبطة بضعف درجة الإرتباط بين التعليم وعمل الإقتصاد وتنميتة، والذي يؤدي إلى ضعف درجة الترابط بين التخطيط التعليمي والتخطيط الشامل لعمل الاقتصاد وتطوره وهذا الضعف في الترابط ناجم عن وجود أهداف متعددة للتعليم (سياسية – إقتصادية–إجتماعية– ثقافية ... إلخ) ولا يتم التركيز بصورة كافية على تحقيق أي منها خاصة في الدول النامية مما يؤدي إلى ضعف درجة الربط بين التعليم وعمل الإقتصاد وتنميته، بمعنى أن الخطة التعليمية قد لا يُتاح لها الإمكانية لأن تركز بدرجة كافية على توفير متطلبات عمل الإقتصاد وتطويرة في إطار خطة التنمية الشاملة وبالذات الإحتياجات من المعلومات والمعارف والمهارات التي يجب تزويد الطلاب بها أثناء مراحل تعليمهم بما يفيدهم بعد تخرجهم في خدمة الإقتصاد وجوانب الحياة الأخرى

بما يخدم مجتمعهم بصورة عامة.

- الصعوبات المتصلة بالإختلالات العديدة والمتنوعة في النظم التعليمية وفيمناهجها ومضامينها وأساليبها وطرق التدريس فيها، والتي يصعب على التخطيط التعليمي وضع الحلول اللازمة لها من أجل معالجتها وتجاوزها، ومن هذه الإختلالات ضعف الترابط بين مراحل التعليم وأشكالة وأنواعه بسبب ضعف التنسيق بين هذه المراحل نتيجة غياب التخطيط التعليمي، أو نتيجة ضعف فعاليته في حالة وجودة.

- إنخفاض القدرات البشرية والفنية، ومحدودية الخبرات والممارسة العملية، وضعف كفاءة المتاح منهاوالمرتبط بتخطيط التعليم، سواء ما أتصل منها بإعداد الخطة ووضعها وتنفيذها على المستوى المركزي أو مستوى هيئة التخطيط التيتتولى مهمة وضع الخطة التعليمية أو على مستوى الجهات الأدنى والجهات الأخرى ذات العلاقة بعملية التخطيط التعليمي.

- صعوبات ومشكلات متصلة بضعف الوعي التخطيطي والمرتبط بضعف الإرادة والتصميم على القيام بالتخطيط، وتحمل أعبائة ومسئولياته الناجمة عن ضعف الشعور بأهمية التخطيط التعليمي في توفير التعليم اللازم والضروري لأداء النشاطات بصفة عامة خاصة الإقتصادية والإنتاجية منها، سواء لدى الجهات المسئولة عن التخطيط التعليمي ذاته أو الجهات ذات العلاقة به أو المجتمع ككل وقيادته، وهو الأمر المتحقق غالباً في العديد من الدول النامية.

- قلة الموارد المتاحة للتعليم وللتخطيط التعليمي، وبالذات الموارد المالية بالشكل الذي يؤدي إلى صعوبات عديدة، وخاصة في الدول النامية بحكم محدودية مواردها المالية وإتساع وتعدد وتنوع إحتياجاتها لهذه الموارد والتي تتزايد باستمرار، ومن ثم عجز الموارد المالية التي تُتاح للتخطيط التعليمي عن تلبية الإحتياجات المتنوعة والمتزايدة للتعليم كماً ونوعاً.

المبحث الرابع
التخطيط الإستراتيجي في مجال التربية والتعليم

1. تعريف التخطيط الإستراتيجي في مجال التربية والتعليم .
2. أهمية التخطيط الإستراتيجي في مجال التربية والتعليم.
3. مميزات وفوائد التخطيط الإستراتيجي في مجال التربية والتعليم.
4. أنواع التخطيط الإستراتيجي في مجال التربية والتعليم.
5. مراحل التخطيط الإستراتيجي في مجال التربية والتعليم.
6. صعوبات ومشكلات التخطيط الإستراتيجي في مجال التربية والتعليم.
7. نموذج للتخطيط الإستراتيجي في مجال التربية والتعليم.

المبحث الرابع

التخطيط الإستراتيجي في مجال التربية والتعليم

ويُمثل التخطيط الإستراتيجي العمود الفقري للإدارة الإستراتيجية التربوية، فهو يتضمن عملية تحليل الظروف البيئية الحالية والمستقبلية، لهذا يُخطط للعمل بُناء على هذا التحليل، إن فاعلية التخطيط الإستراتيجي تكمن فيتحليل البيئية الخارجية للمنظمة، لإستقراء الفرص المتاحة والتهديدات المحتملة، وتحليل القدرات الذاتية لتحديد نقاط القوة والضعف وتوليد البدائل، وإحداث التناسق والتعاون بين جميع الأنشطة لتنفيذ إستراتيجية المنظمة (المؤسسة التعليمية) وتحقيق أغراضها ورسالتها .

التخطيط الإستراتيجي يُعتبر مجموعة من المفاهيم التي تمكن المؤسسات غير الربحية ومنها مؤسسات التعليم أن تكون أكثر نجاحاً في تحقيق الرؤية والرسالة والقيم والأهداف، وعلى هذا تستطيع المؤسسة التعليمية تحقيق ما يلي:-

- تدرس وتشخص البيئة التي توجد فيها، وتعمل على كشف العوامل والإتجاهات التي تؤثر في طريقة عملها.
- توجه رؤيتها وتوضح رسالتها وتهتم بقيمها وتحدد الأهداف العامة.
- توضح أبرز الصعوبات أو التحديات التي تواجه المؤسسة التعليمية .
- تطور الإستراتيجيات لتحقيق توجهات المؤسسة التعليمية ومهامها ومساراته وبلورة القيم العامة .

- التخطيط الإستراتيجي في مجال التعليم الجامعي يتحدد في عمليات شاملة لكل مجالات ومؤسسات التعليم الجامعي وفي تشخيص مستقبلي لها، يشترك فيه عدد من الكوادر التدريسية.

والوظيفية والمعنيين والمختصين به، ويهدف إلى تحديد ما ينبغي أن تكون عليه مؤسسات

التعليم الجامعي، والإستفادة من مجال قوتها الداخلية، والإستثمار الأمثل للفرص المُتاحة في بيئتها الخارجية .

- بصفة عامة عند الشروع في التخطيط الإستراتيجي لإدارة أحد المنظمات التربوية مدرسة أو كُلية يجب الإنتباه إلى أن القرارات الإدارية التي تؤخذ في هذه المُنظمة تحتاج إلى تخطيط وإدارة إستراتيجية، نظراً لاهتمامها بُصنع وتطبيق القرارات حول مُستقبل المنظمة، كما يجب الإنتباه إلى أن كل منظمة لها مُهمة وتعمل في بيئة وتتعرض لتحديات، ويتوفر لها فرص كما أن لها نقاط قوى ونقاط ضعف مميزة وتعمل تحت قيود، كما أن المنظمة يجب أن تقوم بصنع الإختبارات والبدائل الإستراتيجية بصفة مستمرة للتعديل في ضوء ما تكشف عنه نقاط القوة والضعف والقيود والمهمة، لتستجيب للتغيرات الفعلية أو المتوقعة في بيئتها، وعلى هذا فإن تطبيق الإستراتيجية يهتم أساساً باتخاذ القرارات الخاصة بتطوير هيكل المنظمة لإنجاز الأهداف المختارة، والتأكد من أن الأنشطة تؤدي عملياً، كما أنها تُراقب فعالية هذه الأنشطة في مدى تحقيق الأهداف المرجوة منها.

1. تعريف التخطيط الإستراتيجي في مجال التربية والتعليم:

هو عملية قوامها الملائمة بين نتائج تحليل مكونات الأداء الداخلي (الموارد والإمكانات التعليمية المتاحة للبيئة الداخلية) وبين نتائج تحليل البيئة الخارجية لهذه المؤسسة، ويجب أن تكون هذه العملية قادرة على مُساعدة المؤسسات التعليمية في الإستفادة من نواحي القوة والحد من نواحي الضعف وفياستثمار الفرص المتاحة والتقليل من التهديدات المحتملة .

- التخطيط الإستراتيجي عملية دائمة تبدأ بصياغة الأهداف ثم تحديد الإستراتيجيات والسياسات ثم وضع الخطط ولا سيما التفصيلية أو الإجرائية المؤدية إلى تنفيذ الإستراتيجيات بالصورة التي تؤدي إلى تحقيق الأهداف المرسومة، كما أنها تتصف بالاستمرارية لاحتواء المتغيرات التي قد تحدث في البيئة.

- التخطيط الإستراتيجي يمثل فلسفة إدارية، إذ أنه مثل اتجاها علمياً وأسلوباً معاصراً

للحياة، فهو يركز على الأداء العلمي المبني على الدراسة والتنبؤ بالمستقبل ويعتمد على الاستمرارية والمرونة ولا يعتمد على مجموعة ثابتة من القواعد والإجراءات والوسائل.

- التخطيط الإستراتيجي هو "تحديد للأهداف المرجوة في ضوء الإمكانيات المتيسرة الحالية والمستقبلية وأساليب وخيارات تحقيق هذه الأهداف".

التخطيط الإستراتيجي هو عملية تحديد الأهداف المنشودة وتحديد الطرق للوصول إلى هذه الأهداف.

- إن التخطيط الإستراتيجي في المؤسسات التعليمية يتحرك في أفق زمني معلوم يتراوح بين (10:5 سنوات) أو ما يزيد قليلاً وينتهي بخطة إستراتيجية تتضمن عدداً من الخطط التنفيذية والإجرائية، ويكون لكل هذه الخطط خطط أخرى إحتياطية للإستعانة بها وقت الأزمات والظروف غير الطبيعية أو عند تغيير ظروف التنفيذ، وهنا تظهر مرونة وحركة التخطيط، فهو يسير وفق عملية عقلانية تستهدف تحقيق المهام والغايات طويلة الأمد للنظام التعليمي بالإستعانة باستراتيجيات معينة تستخدم كافة الموارد البشرية والمادية المتاحة والمتوقعة.
- التخطيط الإستراتيجي في مجال التعليم هو: نوع من التخطيط المستقبلي الذي يُراعى ما يُحيط بالمدرسة أو المؤسسة التعليمية من قوى وعوامل خارجية باعتبار أنها قد تكون أكثر تأثيراً في قوتها من القوى والعوامل الداخلية في المدرسة أو المؤسسة وبينعناصر البيئة خارج المدرسة بما يُسهم في إمكانية إكتشاف واستطلاع الفرص والإمكانيات الجديدة المختلفة والمتاحة لمستقبل المدرسة أوالمؤسسة.
- تخطيط التعليم هو تخطيط يتحرك في أفق زمني معلوم يتراوح بين خمس وعشر سنوات أو ما يزيد قليلاً، وينتهي بخطة إستراتيجية تتضمن عدداً من الخطط الإجرائية والتنفيذية ويكون لكل هذه الخطط خطط أخرى إحتياطية يمكن الإستعانة بها وقت الأزمات أو عند تغيير ظروف التنفيذ، ويسير التخطيط وفق عملية عقلانية تستهدف تحقيق المهام والغايات الطويلة الأجل للنظام التربوي بالاستعانة باستراتيجيات مُعينة لاستخدام كافة الموارد البشرية وغير البشرية المُتاحة والمتوقعة .

- التخطيط الإستراتيجي في مجال التعليم هو: العملية الأكثر حركية، ويتم فيها تحديد مسارات الحركة للمدرسة في المدى الزمني الإستراتيجي القادم، ووضع الخطة الإجرائية للمدرسة.

يمكن تعريف التخطيط الإستراتيجي في مجال التعليم ببساطة وإيجاز بأنه:-

- جهد منظم يهدف إلى التوصل إلى قرارات، وإجراءات أساسية تُساعد على تحقيق أهداف محددة لمؤسسة ما.

- أسلوباً فعالاً للتوصل إلى خطة تتسم بالأصالة والرؤية والواقعية.

- أداة لتزويد رجال التعليم بالوسائل التي تُمكن المنظمة من إعادة بناء نفسها بشكل ثابت يُحقق أغراضها.

- عملية دينامية ونشطة، ذلك لأنه يقوم بمسح الواقع الحالي بغرض التوصل إلى إستراتيجيات، وتكنيكات لتحقيق غد أكثر إشراقاً.

- التخطيط الإستراتيجي في مجال التربية والتعليم يعني: تحليل الهدف الرئيسي للتربية ومُعدل الإنتاج وتطورة، والعمل على حل المُشكلات الوظيفية،والتنبؤ بالإتجاهات الداخلية والخارجية للبيئة التربوية،وتحويل البيانات الخاصة بالمشكلات والإحتياجات إلى قاعدة بيانات تربوية، والعمل على تكامل الأهداف التربوية مع الأهداف البرامجية المستمرة في المؤسسة التربوية، وصياغة الأهداف التي تحدد وتصف النتائج التربوية الخاصة بالمعارف والمهارات والمواقف والاتجاهات، وتطوير استراتيجيات التقييم وتصميم الأجهزة، وتصميم مواد تعليمية تتوافق مع الأبحاث لتعزيز البرنامج التربوي، وتحضير المواد التعليمية الخاصة بالمراحل التعليمية المختلفة وتصميم برامج تدريب خاصة بكافة العاملين .

- التخطيط الإستراتيجي على مستوى المدرسة: يُركز على العمليات والإجراءات المتعلقة بتحديد الأهداف وتقييم الحاجات وإيجاد البدائل وتخطيط العمل والتطبيق ومراقبة

الأنشطة وتقييم نتائج المدرسة وتحسين مختلف برامج المدرسة.

2. أهمية التخطيط الإستراتيجي في مجال التربيةوالتعليم:

- للتخطيط الإستراتيجي المستقبلي أهمية كبيرة جداً لأنه تخطيط للمستقبل، ينظر إلى المؤسسة التعليمية في حاضرها ومستقبلها ولا يكتفي بالحاضر فقط، وله سمات هامة جداً تزيد من أهميته مثل (المرونة – الشمولية – الواقعية –الإستمرارية– الإلزام –الاهتمام بالمستقبل).

- وعلى هذا تتمثل أهمية التخطيط الإستراتيجي في المؤسسات التعليمية فيما يلي:-.

- التخطيط الإستراتيجي يزود المؤسسات التعليمية بالفكر الرئيسي لها والذي يُعد من أهم العناصر داخل المؤسسة لأهميته في تكوين وتقييم كل من الأهداف والخطط والسياسات.

- يُساعد على توقع بعض المشكلات أو القضايا التي يمكن أن تحدث في البيئة الداخلية أو الخارجية للمؤسسة التعليمية ووضع الإستراتيجيات اللازمة للتعامل معها أو ما يُصاحبها من تغيرات.

- يُسهم في إعداد الكوادر الوظيفية والمهنية للمستويات الإدارية العُليا من خلال برامج التدريب والتأهيل لتنمية مهارات التفكير والإبداع والتجديد،وفهم وإستيعاب المشاكل التي يمكن مواجهتها .

- التخطيط الإسترتيجي مفيد في الإدارة العُليا والوسطى والمباشرة (التنفيذية) في تحديد الأولويات بهدف التعامل من قبل المعنيين والمسئولين في المؤسسة التعليمية مع القضايا والمشكلات الرئيسية المطروحة.

- يعد التخطيط الإستراتيجي في المؤسسة التعليمية من القنوات الهامة للإتصال بين العاملين للتغلب على المشاكل التي تواجهها المؤسسة والمشاكل التي تواجة العاملين فيها.

- يضع إطار عام واضح المعالم لتحديد التوجهات المستقبلية للتعليم من حيث وضوح

الرؤية والرسالة والغايات والأهداف المستقبلية.

- يُعطي الفرص لتقييم المرحلة السابقة، والوقوف على نواحي القوة والضعف في النظام التعليمي والتحديات التي تواجهة .

- يُساعد على إتاحة الفرصة أمام العاملين في المؤسسة التعليمية من خلال مشاركتهم بأفكارهم في عملية إتخاذ القرارات، مما يولد فيهم شعوراً بالرضا والمشاركة وحرص على تنفيذ الخطة.

- يُسهل على الإدارة التعليمية السيطرة على الموارد والإمكانيات المتاحة وإستثمارها بشكل أفضل وضبط النواحي المالية والموازنات التخطيطية، وإستثمار العائد من تلك الموارد والإمكانات وتوظيفها بطرق علمية سليمة.

- يُحقق التفاعل والحوار البناء بين المستويات الإدارية (العليا والوسطى والتنفيذية) عن مستقبل المؤسسة التعليمة والسُبل الكفيلة باستمرارها ونجاحها وتطورها.

- يُعطي التخطيط الإستراتيجي المؤسسة التعليمية الفرصة للتعرف على عوامل الضعف فيها من خلال تحليل أسباب الضعف وإيجاد السُبل الكفيلة لمعالجتةوالحد منه، والتعرف على عوامل قوتها وتعزيزها باستمرار، وإستثمار الفرص المتاحة والتنبيه على المخاطر المحتملة والتقليل من آثارها على مستقبل المؤسسة التعليمي.

- التخطيط الإستراتيجي هام جداً بسبب وجود العديد من التحديدات التي تواجه مؤسسات التعليم، والتي تتطلب إعادة النظر في أوضاعها بصفة مستمرة حتى تحقق البقاء الفعال.

- أما عن أهمية التخطيط الإستراتيجي على مستوى المدرسة، فهو كما يلي:-

- يُساعد على التفكير المستقبلي، ويوضح إطار العمل والإتجاه المستقبلي ويطور طرق التفكير في صناعة القرار، ويعمل على حل مشكلات المدرسة، وزيادة مستويات الإبداع وتحديد الأولويات.

- يُعتبر السبيل العلمي المتاح أمام النظم التعليمية للحاق بركب المجتمعات المتقدمة والإنتقال بالتربية من مرحلة النظم التقليدية إلى مرحلة البنيات الجديدة.

- يحكم سيطرة الإدارة على الموارد المتاحة داخل المدرسة ويُرشد إستخدامها.

- يُوجد نوع من التوافق والتطابق بين المخرجات وسوق العمالة من الجانب التكنولوجي.

- يوجد نوع من الحوار البناء بين جميع الإدارات التي تخضع لها المدرسة وهي (العليا – والوسطى – التنفيذية).

- يرفع جودة العملية التعليمية من خلال تحديد الرؤية المستقبلية للمدرسة وتحديد غاياتها وأهدافها على المدى الطويل.

- يُحدد أبعاد العلاقة المتوقعة بين المدرسة والبيئة المحيطة بما يُساعد على تحديد الفرص والمخاطر المحيطة، ونقاط القوة والضعف من أجل إتخاذ القرارات الإستراتيجية على المدى البعيد ومراجعتها وتقويمها.

3. مميزات وفوائد التخطيط الإستراتيجي في مجال التربيةوالتعليم:

- للتخطيط الإستراتيجي في مجال التربية والتعليم

- Benefits of strategic planning in Education

مميزات وفوائد عديدة ، فلا توجد مؤسسة تربوية واحدة كبيرة في العام إلا تُطبق نوعاً من أنواع التخطيط الإستراتيجي، حتى المؤسسات الصغيرة، وهذا يرجع إلى المميزات والفوائد التي يتمتع بها ذلك التخطيط، وذلك ما يلي:-

- التخطيط الإستراتيجي يُساعد المؤسسة التعليمية على تحديد رؤيتها ورسالتها المستقبلية والإجابة على السؤال، إلى أين نحن ذاهبون ؟ وتحديد الصورة المستقبلية للمؤسسة، ودراسة الواقع وتحليلة ومعرفة إيجابياته وسلبياته للوصول إلى الهدف المنشود.

- التخطيط الإستراتيجي يهتم بتحديد الأولويات وفق إحتياجات المؤسسة والمجتمع المحيط

بها وسوق العمل، ويتم تحديد الأولويات بطريقة علمية ومنهجية منظمة لتحقيق أفضل النتائج الممكنة.

- يجعل المؤسسة تستفيد من خبراتها التراكمية عبر السنوات واستخلاص أهم النتائج الإيجابية والسلبية وإستيعاب الحاضر بكل ما فيه وتوظيفة لتحقيق الأهداف المنشودة.

- التخطيط الإستراتيجي يُسهم في تحديد إتجاه ومسار المؤسسة التعليمية وتبني مسارات إستراتيجية مرتبطة برؤيتها ورسالتها المستقبلية وقيمها السائدة ومستندة لأهدافها الإستراتيجية وملتزمة بخططها التنفيذية.

- يُساعد المؤسسة التعليمية لمعرفة كل ما بداخلها من إيجابيات وسلبيات، ومعرفة الوضع الخارجي في المجتمع وسوق العمل.

- يُساعد الإدارة العليا على إعتماد التفكير العلمي الإستراتيجي"المستقبلي" في عملية التطوير كعملية مستمرة وليست ظرفية أو حالية، فعملية التطوير يجب أن تكون في ضوء منهجية عملية ذات بعد إستراتيجي تسعى المؤسسة من خلالها إلى تحقيق الجودة الشاملة والتحسين المستمر في المنظومة التعليمية.

- يُساعد التخطيط الإستراتيجي على الإستعداد للمستقبل ومحاولة تشكيلة بدلاً من الإنتظار، وهذه تُعد أصعب العمليات، وهي إتخاذ القرارات في الحاضر لتساعدنا على التعامل مع المستقبل.

- يساهم في تحسين أداء المؤسسة من خلال كشف القضايا الرئيسية لأنشطتها والصعوبات التي تواجهها والتعامل بكفاءة مع الظروف والمتغيرات السريعة وإستخدام الأساليب العملية في تحديد مسارها المستقبلي.

- التخطيط الإستراتيجي يعمل على توسيع معارف المؤسسة التعليمية ودراستها وبناء قواعد معلوماتية لمختلف جوانب العمل ومستوياته للمساعدة في عملية إتخاذ القرارات التي لها علاقة بالبيئة الداخلية والخارجية المحيطة بالمؤسسة التعليمية .

- التخطـيط الإسـتراتيجي ضروري لإضـطلاع الإدارة العليـا بالمؤسـسة التربويـة أو التعليميـة بمسئولياتها، وفهم مدير المؤسسة للبيئة المعقدة التي يتم التخطيط لها.

- التخطيط الإستراتيجي يقدم للمؤسسة التربوية مجموعة جديـدة مـن أدوات إتخـاذ القـرارات، وهو ما يعني أن التخطيط الإستراتيجي يُحاكي المستقبل فلا يُمكن يمكن إتخاذ أية قرارات هامة دون دراسة العوامل المـستقبلية، كـما أنـه يُـوفر الأسـاس الـلازم للتنـسيق بـين مختلـف أجـزاء المؤسسة، مما يُجنب المؤسسة الوصول إلى حلول للجزيئات على حساب الصورة الكلية، وبـذلك يمكن للإدارة التركيز على القضايا الرئيسية الضرورية من أجل نجاح التخطيط.

- التخطيط الإستراتيجي يُشارك في تحديـد الأهـداف المـستقبلية مثـل (أعـداد الطـلاب- ونوعيـة الخريجين – وعدد أعضاء هيئة التدريس والمعاونين- حجم التمويل- حـصة المعامـل والأنـشطة مـن ميزانيـة التمويـل ... إلـخ)، كـما أنـه يُحـدد الفـرص والتهديـدات المـستقبلية ويكتـشفها ويوضحها.

- يُعد التخطيط الإستراتيجي إطاراً لإتخاذ القرارات في المؤسسة التربوية بمـا يـتماشى مـع أهـداف وإستراتيجيات المستويات الإدارية العليا، والدنيا في المؤسسة.

- يُعد نظام التخطيط الإستراتيجي بمثابـة شـبكة إتـصالات مفيـدة للغايـة، بـين كافـة مـستويات الإدارة بشأن الأهداف والاستراتيجيات وخطط التشغيل التفصيلية، كما أنه يعُـد بمثابـة عمليـة تدريب، ويرفع الروح المعنوية للمديرين، وتؤدي المشاركة في وضع الخطـط إلى تحقيـق درجـة رضا وثقة متبادلة بين جميع أطراف عملية التخطيط والمنفذين لها.

- يعمل التخطيط الإستراتيجي في مجال التربية والتعليم على توثيـق الـروابط الثقافيـة والعمليـة مع أفراد المجتمع المحلي، عـن طريـق العنايـة بمطالـب المجتمـع والاهـتمام بقـضاياه ودراسـة مشكلاته والسعي لإيجاد حلول مناسبة لها لتفعيلها بين مؤسسات التعليم والمجتمع.

- تستهدف مشاريع التخطيط الإستراتيجي زيادة قدرة المنظمات على التفكير والعمل ، والتعلم إستراتيجياً.

- يضع التخطيط الإسترايجي إطاراً للمؤسسة التعليمية تحدد فيه الوجهة التي يجب أن يتخذها لتحقق مستقبلها المنشود، وتحقيق ميزة التنافسية.

- يسمح التخطييط الإستراتيجي لكل فروع المؤسسة التعليمية (المنظمة) العمل بروح الجماعة لتحقيق الأهداف، كما يُحدد رؤية العناصر الهامة لدى المؤسسة التعليمية لتشجيع قدرتها على الابداع في الاتجاه الإستراتيجي.

- يسمح بالحوار بين جميع العناصر، وبالتالي يُحسن الفهم لرؤية المؤسسة (المنظمة التعليمة) ويخلق إحساساً بأن الخطة ملك الجميع، وبالتالي المشاركة الجماعية في تطويرها وتنفيذها.

- يهدف إلى ربط المؤسسة التعليمية بالبيئة المحيطة.

- يُساعد المؤسسة التعليمة في تحديد أولوياتها، وفي بناء قاعدة قوية متماسكة، ومُركزة لعملية إتخاذ القرار، فيتم إتخاذ قرارات حالية على ضوء النتائج المستقبلية مما يُمكنها من تعزيز التفكير الإستراتيجي والعمل والتعلم.

- زيادة فعالية المؤسسة التعليمية نحو تعزيز آداءها ومهامها وإشباع متطلباتها، فضلاً عن إستجابة المؤسسة التعليمية للظروف المتغيرة والمتسارعة.

- زيادة الكفاية للمؤسسة التعليمة، حيث تحقق المؤسسة نواتج خطتها بشكل أفضل وبموارد أقل.

- تحسين الإتصالات والعلاقات العامة، حيث يمكن بناء الرسالة والرؤية والأهداف والإستراتجيات والبرامج الإجرائية عن طريق الإتصالات الفعالة مع أصحاب الشأن المستفيدين، ومن ثم بناء صورة مرغوبة للمؤسسة التعليمية تقوم بتحقيقها.

4. أنواع التخطيط الاستراتيجي في مجال التربية والتعليم.

- تُحدد أنواع- الخطط الاستراتيجية في مجال التربية والتعليم، في ضوء ما يلي:-

من حيث الفترة الزمنية للتخطيط الإستراتيجي: تنقسم الخطة الإستراتيجية إلى خطط قصيرة المدى وخطط طويلة المدى وهي الخطط الإستراتيجة (المستقبلية).

من حيث شمول التخطيط: وتنقسم الخطط إلى خطط شاملة وخطط نوعية وأخرى جزئية.

من حيث المجال الجغرافي والإقليمي: وتنقسم الخطط إلى خطط قومية هدفها تخطيط التعليم على مستوى الدولة كلها، وخطط إقليمية هدفها تخطيط التعليم في إقليم مُعين، كما تختلف عملية إعداد الخطط وأنواعها من بلد إلى آخر ويتوقف ذلك على عدة عوامل منها:

- مدى وجود تقاليد ثابتة في التخطيط.

- مدى التكامل بين الخطط الاقتصادية وخطط التعليم.

- مدى توافر الإحصائيات اللازمة للتخطيط.

- مدى التقدم الإداري في البلاد ووضع النظام التعليمي وبقية الأنظمة من الناحية القومية.

5. مراحل التخطيط الاستراتيجي في مجال التعليم:

- يمر التخطيط الإستراتيجي في مجال التعليم بأربعة مراحل، وتتمثل فيما يلي:ـ

المرحلة الأولى : تنظيم عملية التخطيط وتحليل البيئة :

- وفيها يتم عملية تنظيم الخطة الإستراتيجية نفسها من خلال تقدير المنظمة (المؤسسة التعليمية) نفسها للكشف عن قدرتها في عملية التخطيط الإستراتيجي وتكوين فريق التخطيط، وطرح الاسئلة التنظيمية الصعبة قبل مباشرة مشروع التخطيط الإستراتيجي.

- تخطيط الخطة - حيث يستغرق تنظيم الخطة الكثير من الوقت، وفيها يتم التفكير في العملية وخطواتها، وتحديد وقت لكل عمل ما في إطار مجموعة من المراحل لإستكمال

عملية بناء الخطة الإستراتجيية، حيث تحتاج هذه الخطوة إلى تقدير إحتياجات أصحاب الشأن، وتحليل تلك الاحتياجات، وتقويم نقاط القوة الضعف الداخلية، والفرص والتهديدات الخارجية.

المرحلة الثانية: تحديد وتحليل القضايا الإستراتيجية:

- وفي هذه المرحلة يتم تاسيس فهم واضح لاتجاه المنظمة، خاصة عندما يُفكر المخطط في الرؤية والرسالة والقيم، والقضايا الإستراتيجية والأهداف العامة الإجرائية.

المرحلة الثالثة: تطوير الإستراتجيات والخطط الإجرائية:-

- وهذه المرحلة توضح بالتفصيل مُعالجة المنظمة للقضايا التي تواجهها وكيفية بناء جسور فعالة لنفسها مع بيئتها وذلك عن طريق :" الإستراتيجات ـ الخطط الإجرائية ـ الميزانيات ".

المرحلة الرابعة: تنفيذ الإستراتجيات :

- حيث الناتج النهائي للخطة يتم إنجازه وتقويمه من خلال :ـ

- التنفيذ .

- المتابعة.

- التقويم.

6. صعوبات ومشكلات التخطيط الاستراتيجيفي مجال التعليم:

التخطيط الاستراتيجي لايصلح لكل المؤسسات والمنظمات، فقد يكون ناجحاً في بعض المنظمات وغير ناجح في البعض الآخر، ومن أهم مشكلات التخطيط الاستراتيجي في مجال التعليم ما يلي:-

- مشكلة القصور في صياغة الأهداف.

- عدم شمولية الأطراف المشاركة في التخطيط.

- القصور في البيانات الخاصة بالتخطيط وتضاربها أحياناً.

- ضعف شبكة العلاقات بين التنظيمات الفرعية المكونة للمؤسسة التعليمية.

7. نموذج للتخطيط الإستراتيجي في مجال التربية والتعليم:

نموذج " ملحم " يوضح الخطوات الرئيسية للتخطيط الإستراتيجي للمؤسسات غير الربحية " المؤسسات التعليمية مثلاً " مرتبة كما يلي:-

- عدم توافر المصادر أو الموارد المخصصة للتخطيط.

- التخطيط الاستراتيجي بحتاج إلى ميزانية مادية كبيرة او شغل بعض الوظائف القيادية قبل البدء فيه.

- لا تستطيع أي مؤسسة تعليمة البدء في الأخذ بالتخطيط الاستراتيجي إذا افتقرت إلى المهارات أو الموارد أو الأفراد القيادين القادرين على إتخاذ القرار السليم لتنفيذ عملية التخطيط الإستراتيجي الفعال في إطار خطة جيدة.

رسالة المنظمة أو " رسالة المؤسسة التعليمة" :

- الرسالة توضح الغرض من إنشاء المنظمة والهدف الرئيسي الذي تحققه، ويجب أن تكون عملية وتركز في طبيعة ونوع العمل الذي تقوم به المنظمة حتى يستطيع كل موظف أن يعرف ويفهم ما هو دوره في تحقيق هذه الرسالة والهدف منها، وأن تعكس رسالة المنظمة ثلاث عناصر هامة هي:

- مستوى كفاءة ومنافسة المنظمة (المؤسسة التعليمية).

- الفرص الخارجية والاحتياجات.

- إلتزام العاملين بتحقيق هدف المنظمة (المؤسسة التعليمية).

- عند تحديد رسالة المؤسسة التعليمية يجب التعرف على عوامل القوة والضعف لدى المؤسسة (المنظمة)، والبرامج التي نجحت في تنفيذها ويجب أن تستمر فيها، والبرامج

التي فشلت في تحقيقها حتى تبتعد عنها أوتُدخل عليها تعديلات ضرورية مناسبة لكي يمكن أن تنجح مرة أخرى، كما يجب إعادة النظر في رسالة المؤسسة التعليمية (أو المنظمة) كل ثلاثة أو خمس سنوات.

تحليل الوضع في البيئة الداخلية والخارجية " أين نحن الآن ؟ ".
يتم تحليل عوامل القوة والضعف في البيئة الداخلية، وهذا يتضمن تحليل إمكاناتها المادية والتقنية مواردها البشرية والتنظيمية والإدارية وتقويم إستراتيجيتها المطبقة حالياً، والمزايا والإمكانات التي تتوفر لها حتى تحافظ عليها وتطورها للأفضل.

يتضمن تحليل البيئة الخارجية مراقبة المتغيرات" السياسية الإقتصادية والاجتماعية والتقنية التي يُمكن أن تؤثر في أوضاع المنظمة (المؤسسة التعليمية) بحيث يتم الدفاع عنها في حالة وجود تهديدات خارجية أو إغتنام أي فرص جديدة متاحة لمصلحتها .

وضع الأهداف :-
الهدف هو تقويم أولى للمستقبل المرغوب الوصول إليه من خلال الخطة الموضوعة، ويجب أن توضع الأهداف بطريقة هرمية متدرجة من الهدف العام على مستوى المؤسسة نزولاً إلى أهداف كل إدارة أو قسم، بحيث تكون أكثر دقة وتفصيلاً.

يجب ترتيب الأهداف حسب أولوياتها ومقارنتها بعضها البعض لأن هذه الأهداف هي عبارة عن النتائج الضرورية والأساسية التي تُريد المؤسسة التعليمة (المنظمة) أن تُحققها.

صياغة الخطة الإستراتيجية :-
يجب أن تُصاغ الخطة الإستراتيجية على ضوء تحليل عوامل القوة والضعف في المؤسسة وإمكاناتها المتوافرة " المالية والتقنية والبشرية والإدارية ... " بالإضافة إلى التوقعات المحتمل حدوثها في البيئة الخارجية للمؤسسة في المستقبل من النواحي " السياسية – الاقتصادية – الاجتماعية والتقنية ... " وكيفية التعامل معها.

يجب أن تتمتع الخطة الإستراتيجية بالمرونة الكافية لتغير بعض أهدافها الرئيسية فيحالة حدوث ظروف غير متوقعة،كما يجب مراجعة الخطة كل سنة وتنقيحها طبقاً للمعلومات

والمستجدات مما ينعكس على نجاح وفاعلية الخطة الاستراتيجية للمؤسسة.

تنفيذ الخطة الاستراتيجية:-

إنمرحلة تنفيذ الخطة يُعد من أصعب وأهم المراحل لأنه الجانب المهم في عملية نجاح الخطة خاصة وأن خطوات التنفيذ متداخلة بشكل كبير وتعتمد على المعلومات التي يوفرها العاملين في مختلف المستويات الإدارية للمؤسسة.

يتطلب تنفيذ الخطة الاستراتيجية إشتراك أكبر عدد ممكن من المديرين والمشرفين والعاملين في مختلف المستويات الإدارية في المؤسسة التعليمية (المنظمة)، لأن هذا سوف ينعكس على مستوى التنفيذ ويُقلل من مقاومة أو رفض تنفيذ الخطة، كما أن الكفاءة الإدارية للقائد والثقافة التنظيمية للمؤسسة وجهازها الإداري لها دور هام جداً في نجاح الخطة الإستراتيجية الموضوعة.

رقابة وتقويم الخطة الاستراتيجية :-

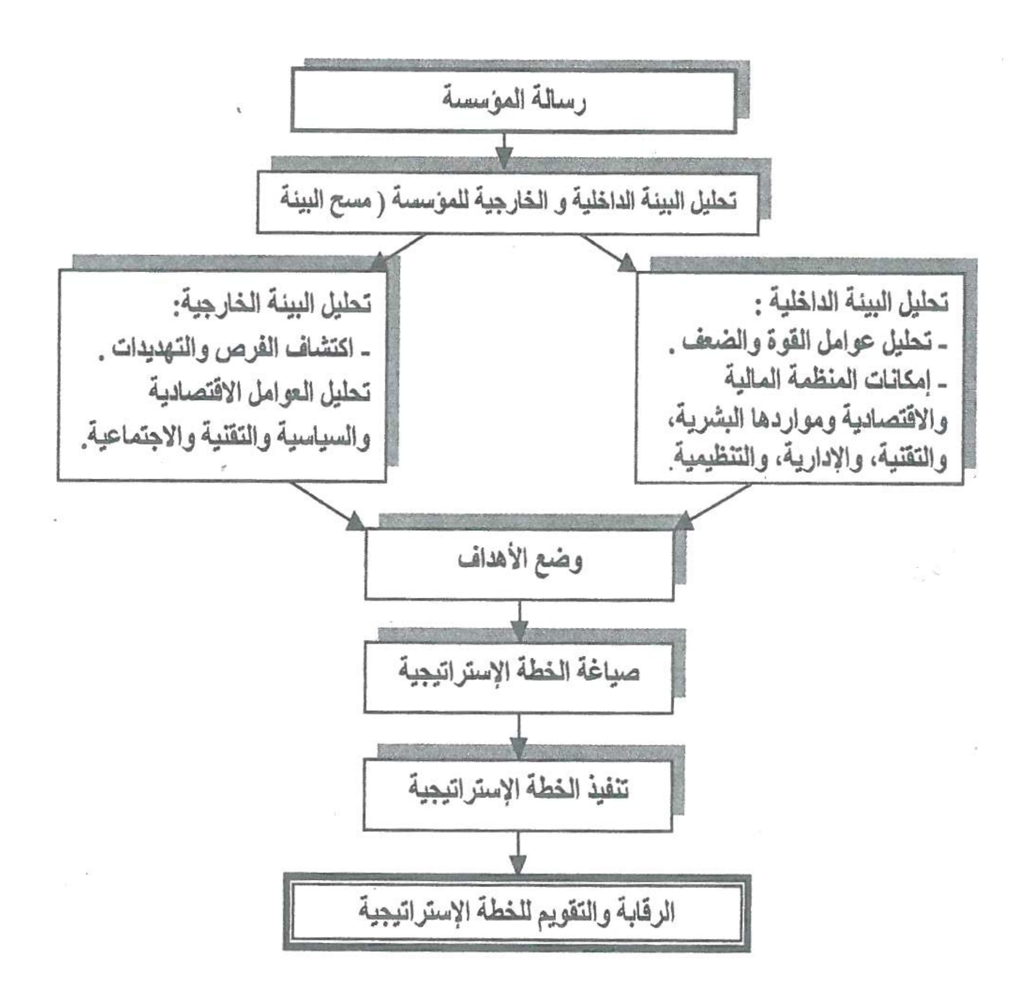
تُعد رقابة وتقويم مستوى التنفيذ الخطوة الأخيرة من خطوات التخطيط الإستراتيجي، وهي خطوة هامة لأنها تُعطي المسئولين والإدارة التنفيذية معلومات دقيقة عن مدى نجاح الخطة فيتحقيق الأهداف الرئيسية للمؤسسة والمشكلات التي إعترضت تنفيذ الخطة.

إن الرقابة تهدف إلى مراقبة مستوى التنفيذ خطوة بخطوة وتنبيه الإدارة في حالة وجود إنحراف عن تحقيق الأهداف المنشودة، أو في حالة تغير بعض العوامل الداخلية أوالخارجية مما يستدعى إتخاذ الإجراءات الصحيحة والضرورية وحل المشكلات التي قد تؤدي إلى إعادة النظر في وضع بعض الأهداف ومن ثم إدخال التعديلات الضرورية على الخطة الموضوعة.

أما التقويم فإنه يُساعد على معرفة مستوى النجاح الذي تم تحقيقه بعد تنفيذ الخطة، وذلك بمقارنة مستوى التنفيذ مع ما هو مرسوم في الخطة والتعرف على المعوقات والمشكلات التي تواجة المنظمة خلال التنفيذ من أجل تلافيها في المستقبل.

خطوات (نموذج ملحم) في التخطيط الاستراتيجي

في المؤسسات غير الربحية



المبحث الخامس

التخطيط في مجال الإعلام التربوي

1. تعريف التخطيط في مجال الإعلام التربوي
2. أهمية التخطيط في مجال الإعلام التربوي
3. مميزات وفوائد التخطيط في مجال الإعلام التربوي
4. أهداف التخطيط في مجال الإعلام التربوي
5. أسس ومبادئ التخطيط في مجال الإعلام التربوي
6. متطلبات التخطيط في مجال الإعلام التربوي
7. مراحل التخطيط في مجال الإعلام التربوي
8. أنواع التخطيط في مجال الإعلام التربوي
9. أولويات التخطيط في مجال الإعلام التربوي
10. مكونات الخطة في مجال الإعلام التربوي
11. مقومات التخطيط في مجال الإعلام التربوي
12. عوامل نجاح التخطيط في مجال الإعلام التربوي
13. صعوبات ومشكلات التخطيط في مجال الإعلام التربوي
14. نموذج "خضر" للتخطيط في مجال الإعلام التربوي

المبحث الخامس

التخطيط في مجال الإعلام التربوي

التخطيط هام جداً لجميع مجالات الحياة، بل إنه الحياة نفسها، فهو يُعبر عن النظام والتفكير السليم في الموضوع الذي يتم التخطيط له، بحيث يدرس كافة الإمكانيات المتوفرة والقوى المتاحة التي تُمكن من تحقيق الأهداف المنشودة من خلال رسم خطة سليمة يت تنفيذها بدقة من أجل تحقيق تلك الأهداف.

والتخطيط يجب أن يقوم على أساس علمي سليم يضمن استخدام كافة الإمكانيات والموارد المتاحة لتحقيق الأهداف المنشودة، وأن من يقومون بالتخطيط يجب أن يكونوا أفراداً على مستوى عالٍ من الوعي العلمي والخبرة والتأهيل السليم في موضوع ومجال التخطيط، وأن يكونوا قد قاموا بدراسات مستفيضة ومشاورات قبل البدء في التخطيط من أجل ضمان نجاحه وتحقيق الأهداف والنتائج المنشودة من التخطيط.

ويعتبر مجال الإعلام التربوي من أشد المجالات حاجة إلى التخطيط السليم خاصة فيما يتعلق بمجال التربية والتعليم ووسائل الإعلام العامة، والتخطيط له في الجامعة أيضاً في سنوات إعداد الإعلاميين التربويين بأقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية.

إن الإعلام التربوي مجال هام جداً في حياة المجتمعات شريطة فهمة والاهتمام به واستيعاب أهدافه ورسالته في المجتمع، وعلى هذا يمكننا تصور تعريف للتخطيط في مجال الإعلام التربوي، مشتقاً من تعريف التخطيط بوجه عام والتخطيط في مجال التربية والتعليم، وفي مجال الإعلام وذلك كما يلي:

1- تعريف التخطيط في مجال الإعلام التربوي:

تخطيط الإعلام التربوي: هو عملية تحديد أهدافه المنشودة وتحديد طرق الوصول إلى هذه الأهداف.

تخطيط الإعلام التربوي: هو مرحلة التفكير في المستقبل والتنبؤ بالمشكلات

والإمكانات والإحتياجات، والإستعداد للمستقبل، وهو يتطلب:

- وضع الإهداف المطلوب تحقيقها.
- رسم السياسات والإجراءات للإسترشاد بها أو الإلتزام بها كطريق لتحقيق الأهداف.
- التبنؤ وإعداد الموازنات بالإمكانات والإحتياجات من الموارد والأموال والأشخاص ... إلخ.
- وضع برنامج العمل والجداول الزمنية للتفكير في جزئيات العمل والوقت اللازم لكل منها.

تخطيط الإعلام التربوي: هو مرحلة التفكير الذي تسبق تنفيذ أي عمل والذي ينتهي باتخاذ القرارات المتعلقة بما يجب عمله وكيف يتم، ومتى يتم ذلك، فهو أسلوب تفكير للمستقبل واستعراض احتياجات ومتطلبات هذا المستقبل وظروفه حتى يُمكن ضبط التصرفات الحالية بما يكفل تحقيق الأهداف المنشودة.

تخطيط الإعلام التربوي: يعني التوظيف الأمثل للإمكانيات والموارد البشرية والمادية المتاحة، أو التي يُمكن وجودها أثناء الفترة الزمنية للخطة من أجل تحقيق أهداف مُعينة في إطار سياسة الإعلام التربوي مع الإستخدام الأمثل لتلك الإمكانيات والموارد لتحقيق تلك الأهداف.

تخطيط الإعلام التربوي: هو تلك العملية التي تساعد أخصائي الإعلام التربوي على تنظيم جهوده وجهود طلابه وتنظيم الوقت واستثماره بصورة جيدة ومفيدة، ويضمن سير العمل في حصة النشاط في إتجاه تحقيق الأهداف المرجوة، واستخدام جميع الأساليب والإجراءات والأنشطة التي تُساعد على تحقيق وإنجاز تلك الأهداف.

2- أهمية التخطيط في مجال الإعلام التربوي:

للتخطيط في مجال الإعلام التربوي أهمية كبيرة وضرورة حتمية، وهي مستمدة ومشتقة من أهمية التخطيط بصفة عامة والتخطيط في مجال الإعلام والإتصال، والتخطيط في

مجال التربية والتعليم، وتتضح هذه الأهمية من النقاط التالية:

- يبين التخطيط ويُحدد الأهداف المنشودة بوضوح.
- يعمل التخطيط على تخفيض الوقت اللازم والمجهود المطلوب للقيام بالأنشطة المخططة.
- من خلال التخطيط يمكن التعرف على المشكلات المتوقع حدوثها وعمل اللازم لتلافيها والإستعداد لها قبل وقوعها.
- يبين التخطيط مقدماً جميع الموارد اللازم إستخدامها كماً ونوعاً، ويعمل على الإستخدم الأمثل لتلك الموارد والإمكانيات بما يؤدي إلى تخفيض التكاليف والعمل غير الفعال إلى أدنى حد.
- يعمل التخطيط على زيادة الكفاءة والفاعلية الإدارية، والتنسيق بين الأنشطة المختلفة، والتقليل من النشاط العشوائي والجهود الغير فعالة، ويكشف عن فُرص محددة كانت غير معروفة من قبل.
- التخطيط في مجال الإعلام التربوي عبارة عن مجموعة من التدابير المحددة التي تتخذ من أجل بلوغ هدف معين، كما أنه يُشير إلى النشاطات العقلية التي تستهدف التفكير في كيفية ترجمة وتحويل الأهداف التعليمية المنشودة إلى نتاجات فعلية، والأدوات والوسائل والمواد والأجهزة والأنشطة الفعالة اللازمة لتحقيق وبلوغ تلك الأهداف.
- تأتي أهمية التخطيط في مجال الإعلام التربوي من أنه تشخيص لأوضاعه الحالية، وتقييم لظروفه، ودراسة مدى تناسق أجزائه وإرتباطها بعضها ببعض واحتياجات المجتمع.
- من خلال التخطيط يتم رسم سياسة الإعلام التربوي جُملة وتفصيلاً من أجل الاستجابة لمتطلبات المجتمع بما يُفيد في التنمية الشاملة.
- من خلال التخطيط نتمكن من النظرة البعيدة الواعية إلى المستقبل، ورسم الخُطط على المدى الطويل مع تقدير الإحتياجات والتنبؤات المبنية على أسلوب

علمي، بما يمكننا من التحسين النـوعي والإصـلاح الفنـي لمجـال عمـل الإعـلام التربـوي وتجديد وتطويره.

–من خلال التخطيط يمُكننا التبنؤ بما يمُكن أن يحدث في المستقبل مـن مـشكلات وعقبـات، ونحاول تجنب وقوعها أو تفاديها ووضع حلول وبدائل مما يُخفف من حدة الإهدار في الموارد ويرفع مستوى الآداء ويحسن إستغلال الموارد والإمكانيـات المتاحـة واسـتثمارها بصورة سليمة.

الخلاصة: أن أهمية التخطيط في مجال الإعلام التربوي تأتي مـن أنـه يُـساعد عـلى تحقيـق الأهـداف المنشودة بأعلى جودة وإتقان والاستغلال الأمثل للموارد والإمكانيـات المتاحـة بأقـل تكلفـة ووقـت وجهد وإهدار، إضافة إلى أن التخطيط يهدف إلى الوصول لتحقيق الأهـداف المحـددة بالإمكانيـات المتاحة.

3- مميزات وفوائد التخطيط في مجال الإعلام التربوي:

لعملية التخطيط في مجال الإعلام التربوي العديد من المميزات والفوائد، لأن الإعلام التربـوي مجـال جديد ويحتاج إلى التنظيم والتخطيط لكي يسير على خطى سليمة في سبيل تحقيق أهدافـه، وهـذه الفوائد والمميزات تشابه إلى حد كبير مع فوائد ومميزات التخطـيط في مجـال الإعـلام والتربيـة، بـل ومع التخطيط في كافة مجالات الحياة، وعلى هذا يمكننا تصور مميزات وفوائد التخطـيط في مجـال الإعلام التربوي كما يلي:

- يُظهر التخطيط ويحدد بوضوح أهداف الإعلام التربوي مما يـسهل لكـل فـرد مـن مجموعـة العمل معرفة الغايات التي ينشدها يعمل جاهداً على تحقيقها.
- يحدد التخطيط ويوضح الاتجاهات الرئيسية وطرق العمـل والقواعـد الواجـب إتباعهـا عنـد تنفيذ الخطة، كذلك الموارد الواجب استخدامها كماً وكيفياً مما يساعد على توفيرها.
- من خلال التخطيط بتحقيق التنسيق المادي والزمنـي بـين العـاملين والتقـسيمات التنظيميـة المنوطة بها لتنفيذ الخطة من خلال برامج مُحددة والأدوار والتوقيت الزمني.

من أهم مميزات التخطيط أنه يُحقق أفضل استخدام ممكن لوسائل وأدوات الإعلام التربوي المتاحة من أجل الوصول إلى الجماهير المستهدفة.

يتميز التخطيط بالنظرة المستقبلية، حيث تتحقق الأهداف المنشودة في الفترة القادمة التي قد تطور أو تقتصر منذ إعداد الخطة، حيث يتعامل مع ظروف ومتغيرات لم تحدث بعد ولكنها متوقعة أو مُحتملة.

من أهم مميزات التخطيط تقدير الفُرص المتاحة في المستقبل والعمل على استثمارها، كذلك التنبؤ بالمشكلات أو الأخطار المحتملة وكيفية مواجهتها أو تجنبها.

التخطيط سلسة مترابطة ومتدفقة من الأنشطة، تبدأ بتحديد الأهداف وإعداد السياسات والإستراتيجيات الموضحة لاتجاهات العمل وقواعد ومعايير اتخاذ القرارات، وتوفير الظروف والأوضاع المساعدة على تحقق تلك الأهداف وتطوير الخطط والبرامج.

يعكس التخطيط منطق النظام وفلسفة الالتزام بالعمل في إطار مرسوم ومُحدد، فالتخطيط نمط للسلوك وأسلوب في الحياة يعتمد النجاح فيه على الأخذ بأسلوب التخطيط الذي يُخلق مناخ يُحابي المنطق والفلسفة القائم عليها.

يتميز التخطيط بأنه هيكل متكامل من الخطط يختص كل منها بجانب أو آخر من العمل لتحقيق الهدف الأكبر.

يتميز التخطيط بالموضوعية والتجرد والثبات، حيث يتم رسم صورة مستقبلية مُفصلة للعملية التخطيطية يتم فيها تحديد الاحتياجات المختلفة والخطوات المستقبلية وجميع ما يتعلق بالعملية التخطيطية قبل البدء فيها.

من أهم فوائد التخطيط أنه يتنبأ بالمستقبل على أساس علمي، ويستعد لمواجهة ذلك المستقبل وهذه السمة تُعد بمثابة الجانب العملي أو التطبيقي للتخطيط، وتشمل اتخاذ الإجراءات والقرارات الكفيلة بوضع الخطة موضع التنفيذ خلال المدة المحددة، وكذلك توضيح الوسائل والنظم الموجودة في المجتمع التي يُمكن الإستعانة بها في تحقيق الأهداف المرجوة.

يُهئ التخطيط الظروف المناسبة لدراسة نقاط القوة والضعف في جميع مجالات العملية

التخطيطة وعناصرها مثل "الميزانيـة- المنقـذون للأعـمال- المنـاخ التنظيمـي)، كـذلك دراسـة كافـة العوامل (الإجتماعية- الإقتصادية - البيئة -الـسياسية ـ الثقافـة ...) لوضـع وموقـع الإعـلام التربـوي (المجال الذي يتم التخطيط له) ومدى تفاعلة مع مجالات المجتمع الأخرى.

التخطيط يؤدي إلى الدراسة المستمرة والواعية للبيئتين الداخلية والخارجية لمجـال الإعـلام التربـوي، وتشخيصها ووضع تصور مستقبلي لها يُساعد على تحديد وتحقيق الأهداف.

يتميز التخطيط بأنه عملية شاملة تعاونية ومستمرة كما أنه عملية التزام وإدراك للتغيير، فهو ليس نهاية في حد ذاته ولكنه عملية تُساعد على تحقيق النهايات المرجوة.

يساعد التخطيط على توحيد الرؤية لمجال الإعلام التربوي بحيث يسعى كل المعنين بهذا المجـال إلى تحقيق أهدافه، والعمل بروح الفريق وتضافر الجهود ، وتشجيع المبادرات البناءة والاستثمار الأمثل للموارد المتاحة المادية والبشرية، وتحديـد الأولويـات في العمـل والوقـت المطلـوب للتنفيـذ، وعـدم تكرارات المحاولات الخاطئة، والإبتكار في وضع حلول للمشكلات التي تواجه التخطيط والتكامل بين جميع الجهود لتحقيق الأهداف المنشودة.

تحقيق الأمان النفسي وعدم الخوف من المستقبل لأنه سيكون مُخططاً وواضـحاً للجميـع بمـا يـوفر سهولة الرقابة في ظل خطة واضحة المعالم ومحددة وسهلة تم وضعها بعناية ودقة .

4- أهداف التخطيط في مجال الإعلام التربوي:

يهدف التخطيط في مجال الإعلام التربوي إلى تحقيق العديد من الأهـداف "الاجتماعيـة ـ الثقافيـة ـ التربوية والتعليمية ـ الأخلاقية السياسية ... إلخ"، بصورة متوازنة بين جميع تلك الأهداف بما يُحقـق الترابط بينها نظراً لأهمية كل منها للآخر بما يحقق التكامل بين جميع جوانب الحياة، مما يُـسهم في دفع عملية التنمية والتطوير في المجتمع ككل، فهناك ترابط وتكامـل بـين تخطـيط الإعـلام التربـوي وتخطيط الإعلام والاتصال وتخطيط التربية والتعليم وباقي مجالات التخطيط في المجتمع بما يحقـق مصلحة الوطن ككل، ومن أهم أهداف التخطيط في مجال الإعلام التربوي ما يلي:ـ

الأهـداف الاجتماعيـة: للأهـداف الاجتماعيـة أهميـة كبـيرة في تخطـيط الإعـلام التربـوي نظـراً

لارتباطها الوثيق بالأهداف الثقافية والتعليمية والتربوية والأخلاقية، فالأهـداف الإجتماعيـة للإعـلام التربوي تتـضمن تطـويراً للـوعي المجتمعـي للأفـراد ودوافعهـم وميـولهم واتجاهـاتهم ومـشاركتهم الاجتماعية الإيجابية والفاعلة، وتطوير وعيهم وثقافتهم والحفـاظ عـلى القـيم والعـادات والتقاليـد الإجتماعية الإيجابية وتعزيزها، والحد من القيم والتقاليد والعادات السلبية ومحاولة القضاء عليها، وتطوير وعي ومدارك الأفراد واتجاهاتهم بالشكل الذي يدفعهم إلى المزيـد مـن الـترابط الإجتماعـي وتماسك البنية الداخلية لأفراد والمجتمع.

الأهداف الثقافية: التخطيط للإعـلام التربـوي يعمـل عـلى تنميـة وتهـذيب الثقافـة بـشتى فروعهـا وتطويرها ونشرها بين أفراد المجتمع، لأن هناك ارتباط قوى بين الإعلام التربوي الهادف وبين الثقافة المجتمعية والارتقاء بالذوق العام لأفراد المجتمع، فالتخطيط الجيد للإعلام التربوي يتيح الفرصـة إلى التوسع في إكتساب الثقافة وتنميتها وتطويرها مما يُزيد من مـستوى الـوعي والإدراك لـدى الأفـراد وتوسيع مداركهم بالإطلاع على الثقافة الإنسانية والانتفاع منها ونشرها وإحـداث التنميـة والتطـوير الثقافي لجميع أفراد المجتمع.

الأهداف التربوية والتعليمية: إن التخطيط الجيد للإعلام التربوي يساهم بفعالية في تحقيق أهـداف التربية والتعليم في المجتمع وتحقيق العائد المرجو من العملية التعليميـة، فـالإعلام التربـوي داخـل مؤسسات التربية والتعليم له دور فعال في إتمام وإنجاح تلك العملية بإعتباره نشاط تربوي هـادف ومفيد في المجتمع المدرسي، فمن خلال وسائلة وأدواته المدرسية يمكن المساهمة في تبسيط وتوضيح الأجزاء الصعبة من المناهج والمقررات الدراسية وتسهيل فهم التلاميذ لها، وجعل العملية التعليميـة تتم بصورة محببة للطلاب، كما أن بعض الطـلاب يحبـون هـذا المجـال ويمارسـونه ويهتمـون بمهنـة الإعلام مستقبلاً، كما يُعد نشاط تربوي هادف يُعبر عن ميول ومواهب الطلاب ومكنونات أنفـسهم ويُفرغ طاقاتهم وشحناتهم السلبية في نشاط هادف مفيد يحُقق أهداف المدرسة الحديثة.

الأهداف الأخلاقية: لتخطيط الإعلام التربوي أهدافاً أخلاقية عديـدة في المجتمـع، فـالإعلام التربـوي يهدف إلى الارتقاء بأخلاقيات الأفراد وتعاملاتهم مع بعـضهم الـبعض وتعـاملاتهم تجـاه مجـتمعهم بـصفة عامـة ومرافقـة وممتلكاتـه العامـة ويعلمهـم كيفيـة الحفـاظ عليهـا مـن أجـل مـصلحة

الوطن، أيضاً الرقي بمستوى الـذوق والأخـلاق لـدى الأفـراد وقـيم الحـب والخـير والجـمال واحـترام إنسانية الغير وحقوقه وتنمية الضمير الداخلي واحترام مشاعر الغـير .. إلـخ" والكثـير مـن الأهـداف الأخلاقية الأخرى التي يشجعها الإعلام التربوي عند التخطيط له.

الأهداف السياسية: إن تخطيط الإعلام التربوي يعمل على تحقيق العديد مـن الأهـداف الـسياسية، مثـل تنميـة روح المواطنـة لـدى الأفـراد وزيـادة وعـيهم ومـشاركتهم الإيجابيـة الفعالـة في الحيـاة السياسية، وتحقيق روح الانسجام والترابط والوئام بين المكونات الـسياسية للمجتمـع وأفـراده، مـما يُساهم في تطوير روح المـشاركة مـن قبـل الجميـع، وتنميـة الإرث الثقـافي والاجتماعـي والحـضاري وتنمية الشخصية الوطنية والقومية للحفاظ على الهوية الذاتية والأصالة للأفراد، وبث روح التفاهم والوئام والإنسجام بين الشعوب العربية بما يُسهم في الحد من الصراعات السياسية بيـنهم مـن أجـل ضمان تعاونهم لتحقيق مصالحهم المشتركة.

يهدف تخطيط الإعلام التربوي إلى تحديد أهدافه المنشودة بدقة ووضوح سياسات وأساليب تحقيق تلك الأهداف، والموارد والماديـة والبـشرية اللازمـة لـذلك في إطـار الخطـة، والعقبـات الموجـودة أو المحتمل وجودها مستقبلاً وتعوق تنفيذاً أهدافه، وكيفية مواجهتها والتغلب عليها.

يهدف تخطيط الإعلام التربوي إلى المحافظة على هوية المجتمع والحيلولة دون إندماجها في هويات أخرى غريبـة، والمـساهمة في تطـويره وتحويلـة إلى مجتمـع حـديث يتميـز بالمرونـة والقُـدرة عـلى الإستجابة لمستجدات العصر.

5- أسس ومبادئ التخطيط في مجال الإعلام التربوي

هناك العديد من الأسس والمبادئ التي يجب الإستناد إليها مراعاتها عند التخطيط للإعـلام التربـوي، وهذه المبادئ والأسس تتشابة إلى حد كبـير مـع مبـادئ وأسـس التخطـيط الإعلامـي والتخطـيط في مجال التربية والتعليم، وهذه الأسس هامة جداً ولا تتم عملية تخطيط الإعلام التربوي بدونها، ومن هذه المبادئ والأسس ما يلي:ـ

أن يُلبـي التخطـيط للإعـلام التربـوي احتياجـات المجتمـع في جميـع الجوانـب (الاجتماعيـة ـ

الثقافية ـ التعليمية والتربوية ـ الأخلاقية السياسية ...إلخ). حسب الأولويات التـي تتـضمنها الخطـة في الفترة الزمنية المحددة وإرتباطاً بالتنمية وخططها الشاملة في جميع هذه الجوانب.

أن يتـوفر الإعـلام التربـوي لجميـع أفـراد المجتمـع دون اسـتثناء، واعتبـار وصـول الإعـلام التربـوي والأخلاقي الهادف الأفراد المجتمع حق من الحقوق الأساسية لكل إنسان في المجتمع.

الإهتمام بتطوير الإعلام التربوي نوعياً وكيفياً أثناء التخطيط له، لأن تخريج كم من خريجي الإعـلام التربوي بدون معارف ومهارات ومؤهلات علمية حديثة ومناسـبة لحاجـة سـوق العمـل والاقتـصاد والمجتمع، يؤدي إلى بطالة هؤلاء الخريجين وعدم الانتفاع بهم.

العمل على ضمان استمرارية الإعلام التربوي والأخلاقي الهادف طوال حياة الفرد سواء كان ذلك من خلال وسائل وأدوات الإعلام المدرسي أو عبر وسائل وأدوات الإعلام العام ومؤسسات المجتمع المدني، بهدف استمرارية عملية التطوير للإنسان بما يضمن تطور معلوماته ومعارفه ومهاراته طوال حياتـه بما ينعكس على إستمرارية عملية التطور في المجتمع بجميع مجالاته.

فهم وتحديـد أهـداف الإعـلام التربـوي العامـة والخاصـة في جميـع مجالاتـه خاصـة مجـال الإعـلام المدرسي، كذلك معرفة طبيعـة طُلابـة وقـدراتهم واحتياجـاتهم وميـولهم واهتمامـاتهم وخصائـصهم المختلفة، ومعرفة أساليب القياس والتقويم المناسبة والحديثة، مما ييسر وضع خططه في ضوء ذلـك بدقة ووضح.

6- متطلبات التخطيط في مجال الإعلام التربوي

لكي يتم تخطيط الإعلام التربوي والبدء في مراحله لا بد مـن ضرورة تـوافر المعلومـات الدقيقـة عـن الموارد المادية والإمكانيات البشرية المتاحة عند بدء تنفيذ الخطة، كذلك التي يمكـن أن تُتـاح خـلال فترة التنفيذ وموعد توافرها بالتحديد، ومن هذه المعلومات ما يلي:

- تعداد توزيع السكان وتحديثه سنوياً، وأهم ملامح النمو السُكاني وخصائصه.
- واقـع التأهيـل الأكـاديمي والتـدريب للإعلاميـين التربـويين سـواء عـلى المـستوى القـومي

أو الإقليمي أو المحلي.

- واقع ونتائج البحوث في مجال الإعلام التربوي والاستفادة منها في التخطيط.
- المواد والبرامج والمنتجات الإعلامية التربوية والمصادر التي يعتمد عليها الإعلام التربوي.
- المشكلات والقضايا الاجتماعية والثقافية والأخلاقية والتربوية والتعليمية والإعلامية والسياسية .. إلخ ، في المجتمع.
- الجوانب التقنية لوسائل الإعلام التربوي.
- وضع سياسة واضحة ومحددة للإعلام التربوي يمكن تنفيذها وتحقيقها عن طريق التخطيط السليم له.
- تحديد الأوليات والأهداف العامة لخطة الإعلام التربوي ووسائل الوصول إليها، من خلال توجيه كافة الإمكانيات المادية والبشرية والمناطق أو التي يمكن أن تتاح خلال أعوام الخطة باتجاه تحقيقها.
- من أهم متطلبات تخطيط الإعلام التربوي أن يكون التخطيط شامل يتضمن ويستهدف تنمية جوانب الحياة المختلفة (الاجتماعية ـ الثقافية ـ الأخلاقية ـ التعليمية والتربوية ـ الإعلامية ـ والسياسية .. إلخ)، حتى يكون أساساً يتم الاستناد إليه في تخطيط الإعلام التربوي ، ويكون هدفه الأساسي تلبية الاحتياجات الكمية والكيفية والنوعية للإعلام التربوي والتي تتضمنها التخطيط الشامل.
- ضرورة وجود إرادة حقيقية للتخطيط السليم للإعلام التربوي على مستوى المجتمع، وتكون جادة وقوية وتعمل بفاعلية ، وتتملك الإرادة والقدرة على الأخذ بالتخطيط الشامل بصورة عامة، والتخطيط للإعلام التربوي بصورة خاصة، فبدون هذه الإرادة والقدرة لن يُمكن القيام بعملية التخطيط الشامل وتخطيط الإعلام التربوي، ولو تم التخطيط سيكون مُتعثراً ولا يُحقق النجاح المطلوب والأهداف المرجو بلوغها.
- الاستقرار السياسي والاجتماعي الذي يُتيح الأخذ بالتخطيط الشامل لجميع قطاعات المجتمع، والأخذ بتخطيط الإعلام التربوي الذي يتم في إطاره وهو الذي

يضمن انتظام واستمرارية هـذا التخطـيط، لأن عـدم الاسـتقرار يـؤدي إلى عرقلـة عمليـة التخطيط بصفة عامة أو عدم تنفيذها.

- ضرورة وجود مؤسسات وأجهزة وكوادر قادرة على القيام بعملية التخطيط للإعلام التربوي على مستوى المجتمع ككل، وعلى مستوى الجهات والهيئات الأدنى.
- توفر المستلزمات المادية والمالية والبشرية الكافية واللازمة للقيام بعملية تخطـيط الإعـلام التربوي، وذلك لأن العجز والقصور المالي والمـادي ونقـص المـوارد البـشرية يُعرقـل وتُعيـق تنفيذ الخطة أو يُضعف كفاءتها وفاعليتها في تحقيق أهدافها .
- من أهم متطلبات تخطيط الإعلام التربوي النظر بدقة إلى كل عناصر التخطيط وتحديدها سواء ما يتعلـق منهـا بأهـداف ووظـائف الإعـلام التربـوي، ومتطلبـات التخطـيط الماديـة والمالية والبشرية، والمشكلات التـي يمكـن أن تواجـة عمليـة التخطـيط في أي مرحلـة مـن مراحلها.
- أن يتسم التخطيط بالإستمرارية، وأن توكل مسئولية كـل مرحلـة مـن مراحلـه إلى فـرد أو أفراد محـددين، وأن يكـون التخطـيط محـدداً وإيجابيـاً في أسـلوبه ومراحلـة، وأن يتـسم بالمرونة ويكون متفقاً مع مقتضيات وظروف العصر والظروف المتغيرة فيه.

7- مراحل التخطيط في مجال الإعلام التربوي:

تُعد عملية التخطيط عملية مستمرة ومتجددة، وليست عمليـة منقطعـة أو وقتيـة، فهـي تتـضمن مجموعة من المراحل والخطوات المتعاقبة التي يتوقف نجاح كل منها على نجـاح الخطـوة الـسابقة عليها، فعملية التخطيط تُعتبر دورة متجددة لا تنتهي، وتتكون من الخطوات والمراحل التالية:-

المرحلة الأولى: ويتم فيها دراسة شاملة للأوضاع والظروف والمتغيرات المحيطة في المجتمع، والتي يُمكن أن تؤثر في عملية التخطيط مستقبلاً،كما يتم في هـذه المرحلـة تنظـيم عمليـة التخطيط نفسها من خلال تقـدير المنظمـة أو المؤسـسة (المـسئولة عـن الإعـلام التربـوي) إمكانياتهـا للكـشف عـن قُـدرتها في عمليــة التخطــيط وتكــوين فريــق التخطــيط،

وطرح الأسئلة التنظيمية الصعبة قبل البدء في عملية التخطيط نفسها، أي أنه يتم في هذه المرحلة إجراء مسح شامل للأوضاع القائمة في المجتمع بصفة عامة، وجمع البيانات حولها، ووسائل الإعلام التربوي الموجود في المجتمع من حيث مدى توافرها وانتشارها ومدى التعرض لها، ودراسة فئات الجماهير المستهدفة من نشاط الإعلام التربوي.

المرحلة الثانية: الخروج بمجموعة من الاقتراحات عما يُحتمل أن تكون عليه الظروف المستقبلية بناءً على هذه الدراسة، وعلى ضوء الخبرات المتراكمة لدى القائمين بالتخطيط، وفي هذه المرحلة يتم "تحديد سياسات الإعلام التربوي بدقة" وتعرف تلك المرحلة بأنها مجموع المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الإعلام التربوي تجاه عمليات تنظيم وإدارة ورقابة وتقييم وموائمة وسائلة وأدواته وبرامجه وأنشطته المختلفة.

المرحلة الثالثة: وهي مرحلة تحديد أهداف الإعلام التربوي، فالهدف هو الغرض المحدد المطلوب تحقيقه خلال فترة زمنية مُعينة، وعلى هذا فإن تحديد الأهداف التي تسعى خطة الإعلام التربوي إلى تحقيقها أمراً هاماً لأنه الطريق الموصل إلى غاية منشودة وغرض يتم السعي إلى تحقيقه، كما أن عملية تحديد الأهداف عملية صعبة ومعقدة وتستلزم التعرف على جميع الأوضاع السائدة في المجتمع ودرجة احتياج المجتمع إلى قضية ما، كما يتطلب ذلك تحديد الفترة الزمنية اللازمة لتحقيق تلك الأهداف، وتحديد الموارد والإمكانيات المادية والبشرية والفنية من أجل تحقيق الاستفادة القصوى منها بما يُتيح أفضل ناتج ممكن لتحقيق تلك الأهداف.

وهناك العديد من الأهداف مثلاً: "الأهداف الرئيسية العامة والأهداف الثانوية أو الفرعية، والأهداف العامة والمجردة، والأهداف النوعية والمحددة والمرنة...إلخ".

المرحلة الرابعة: مرحلة وضع خطة الإعلام التربوي وتنفيذها، وتمر هذه المرحلة بمجموعة من الخطوات كما يلي:-

- تحديد المدخلات المستهدفة في مجالات الخطة.
- تحديد الأولويات المستهدفة كمخرجات لخطط القطاعات التنفيذية (المسئولة عن تنفيذ الخطة في مجال الإعلام التربوي، مثلاً الإعلاميين التربويين في وسائل الإعلام العامة – أخصائي الإعلام التربوي في المدارس ... وهكذا).

- تحديد الخطط القطاعية الفرعية (لكل قطاع أو مجال من قطاعات ومجالات الإعلام التربوي – كمجال التعليم مثلاً أو مجال وسائل الإعلام العامة).
- خطوة إعداد الخطط التفصيلية لكل قطاع فرعي.
- إعداد الخطط البرامجية (برنامج الإعلام التربوي).

ويُراعى عند وضع الخطة وتنفيذها أن تكون أهدافها مرنة وواضحة وتتكامل مع الخطط الأخرى المساعدة في المجالات الأخرى، ويتوافر بها وسيلة لتنفيذ الأهداف التي تم تحديدها، وأن تكون الإجراءات جاهزة للتنفيذ ومُلزمة لكل القائمين بالعمل (الإعلاميين التربويين).

- تحديد الوقت اللازم لتنفيذ الخطة، حيث يستغرق تنظيم الخطة الكثير من الوقت، ولهذا يجب تحديد وقت لكل عمل ما في إطار مجموعة من المراحل لاستكمال عملية بناء الخطة، وتحديد الوقت اللازم للإنتهاء من الخطة ككل، ولإنهاء كل جزئية من جزئياتها.
- تقدير احتياجات أصحاب الشأن (المخططين)، وتحليل تلك الاحتياجات، وتقويم نقاط القوة والضعف الداخلية والفرص والتهديدات الخارجية.

المرحلة الخامسة: مرحلة متابعة الخطة وتنفيذها وتقييمها وتقويمها، وتستهدف هذه المرحلة التأكد من أن العمل يسير وفق الأسلوب المُحدد له،والتعرف على المعوقات التي تعترضه، كما يستهدف التقييم معرفة مدى تأثير الإعلام التربوي ومدى النجاح في تحقيق أهدافه، ويتم متابعة الخطة من خلال ما يلي:-

- تصنيف برامج الإعلام التربوي كل في مجاله (المجال الاجتماعي الأخلاقي – القيمي – الثقافي – التعليمي ...إلخ).
- المتابعة البرامجية للتأكد من جدية البرامج الموضوعة لتحقيق أهدافها.
- البحوث الإعلامية وبحوث الرأي العام لمعرفة رد فعل الجمهور على برامج الإعلام التربوي وأنشطته، وهذه تُعتبر مرحلة تقيم وتقويم الخطة في مجال الإعلام التربوي .

8- أنواع التخطيط في مجال الإعلام التربوي:

- تعدد أنواع التخطيط وتصنيفاته، ونحاول فيما يلي أن نتصور من هذه الأنواع والتصنيفات ما يتلائم مع مجال الإعلام التربوي، حيث يتحدد نوع الخطط المختلفة بناءً على المنظور الذي يُنظر منه عند وضع الخطة لكل مجال، فالتخطيط في مفهومة عبارة عن عملية مُنظمة واعية لاختيار أفضل الحلول التي تؤدي إلى تحقيق الأهداف المحددة،كما أنه عملية لترتيب الأولويات في ضوء الإمكانيات المُتاحة.

ونتحدث فيما يلي عن أنواع التخطيط في مجال الإعلام التربوي.

- من حيث الأهداف: ينقسم التخطيط من حيث الأهداف في مجال الإعلام التربوي إلى "تخطيط بنائي" يتناول الأهداف العامة للإعلام التربوي وتخطيط وظيفي يتناول الأهداف الخاصة في كل قطاع من قطاعاته.
- من حيث المجالات: ينقسم إلى " تخطيط شامل " للإعلام التربوي ككل على مستوى المجتمع بصفة عامة، " وتخطيط جزئي" يتضمن الإعلام التربوي في مجالات التربية والتعليم، وكافة مجالاته الفرعية الأخرى في المجتمع.
- من حيث ميادينة: يتضمن التخطيط في كافة ميادين الإعلام التربوي مثلاً التخطيط على مستوى المجتمع ككل،والتخطيط للإعلام التربوي في ميدان التربية والتعليم، والتخطيط الثقافي والتخطيط الإجتماعي، وكافة الميادين التي يعمل بها الإعلام التربوي.
- من حيث الجهات المعنية بالإعلام التربوي: حيث يتم التخطيط للإعلام التربوي على مستوى الجهات المعنية به، مثلاً التخطيط له على مستوى أقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية،والتخطيط في وسائل الإعلام العامة التي تمثل أساس عمل الإعلام التربوي في المجتمع.
- من حيث المدى الزمني: وينقسم في مجال الإعلام التربوي إلى تخطيط طويل المدى (خمس سنوات فأكثر) وتخطيط قصير المدى (سنة واحدة) وتخطيط متوسط المدى (من سنتين إلى خمس سنوات).
- من حيث المستويات: ينقسم إلى تخطيط قومي "عام وشامل للإعلام التربوي على مستوى المجتمع ككل"، وتخطيط إقليمي محلي "على مستوى كل محافظة مثلاً أو منطقة".

9- أولويات التخطيط في مجال الإعلام التربوي:

- للتخطيط في مجال الإعلام التربوي أولويات يتم توجيه وتوظيف كافة الإمكانيات المادية والبشرية والمالية من أجل تحقيقها، ويتم تحديد تلك الأولويات بناءاً على احتياجات المجتمع والمتغيرات المحلية والعالمية لكي يستطيع الإعلام التربوي مواكبة وملاحقة تلك المتغيرات بما يتناسب مع طبيعة المجتمع، وتختلف أولويات خطط الإعلام التربوي من وقت لآخر حسب ظروف ومتغيرات المجتمع والظروف والمتغيرات، الخارجية أيضاً[1] ومن أولويات التخطيط في مجال الإعلام التربوي ما يلي:-
- الإهتمام بنشر وتوصيل الرسائل الإعلامية الهادفة ذات القيم والأهداف التربوية والأخلاقية والاجتماعية الأصيلة لجميع أفراد المجتمع.
- تدعيم القيم والأخلاقيات الفاضلة في المجتمع ونبذ السيئ والمكروه منها، وتعريف أفراد المجتمع بصفة عامة والطلاب بالمدارس بصفة خاصة برسالة الإعلام التربوي وأهدافه ودوره في المجتمع،والذي يسعى نحو خلق وإيجاد مجتمع فاضل ومتحضر.
- تعريف أفراد المجتمع بأهمية التعليم ودورة في خلق المجتمعات المتحضرة، وبث قيم العمل والإنتاج والإخلاص فيه من أجل دعم تطور المجتمع وتقدمة وتنميته في كافة المجالات.
- الإهتمام بقضايا البحث العلمي والتقدم التكنولوجي في مختلف مجالات الحياة،ومشكلة الأمية ومواجهتها بهدف القضاء عليها لأنها من أهم معوقات عملية التنمية.
- الإهتمام بإنجازات الدولة وإلقاء الضوء على مشروعاتها في مختلف المجالات بهدف تحفيز أفراد المجتمع ومساهمتهم في النهضة الإقتصادية والتنموية للمجتمع.
- الإهتمام بالتنمية الاجتماعية باعتبارها تنصب على القوى البشرية في المجتمع بكافة شرائحه خاصة الشباب، مع بيان التأثيرات الخارجية خاصة العولمة والإعلام الوافد في مختلف مجالات التنمية وكيفية مواجهة هذه التحديات مع الحفاظ على هويتنا وأصالتنا وقيمنا وثقافة مجتمعنا.
- الإهتمام بالمشكلات والقضايا الاجتماعية التي تعوق عملية التنمية، والمشكلات البيئية

[1] عدلي رضا وعاطف العبد:" إدارة المؤسسات الإعلامية – الأسس النظرية والنماذج التطبيقية "، مرجع سابق، صـ142: 143 بتصرف.

والثقافية والصحيحة، وكيفية معالجتها من خلال الإعلام التربوي وبرامجة ووسائلة وأدواته قضايا حقوق الإنسان، وقضايا المرأة والطفل وكل ما يتصل بهم من قضايا، مثل تقبل الآخر وتقبل الإختلاف بين الأفراد في المجتمع الواحد .

- الإهتمام ببث قيم الولاء والإنتماء للوطن في نفوس الصغار والكبار، وتنشئة الصغار على حب الوطن والتضحية من أجلة .
- من أهم أولويات التخطيط في مجال الإعلام التربوي القيام بمهمة التربية الإعلامية في المجتمع للصغار والكبار معاً من خلال وسائل وأدوات وبرامج الإعلام التربوي في المجتمع، بهدف تنشئة الأطفال تنشئة تربوية وإعلامية سليمة تكسبهم القدرة على مهارة التعامل الواعي مع كافة وسائل الإعلام والاتصال.

10- مكونات الخطة في مجال الإعلام التربوي:

تتكون الخطة في مجال الإعلام التربوي أو أي مجال آخر من مجموعة من المكونات الهامة التي لا يمكن أن يحدث التخطيط بدونها، وهذه المكونات هي:-

الهدف العام:

ويمثل المكون الأول وهو المتوقع تحقيقه من خلال تنفيذ الخطة، ويحتاج لفترة زمنية طويلة نسبياً لتحقيقه، ويتم تقسيمه إلى مجموعة من الأهداف الفرعية (الإجرائية) والتي في مجملها إذا تحققت يتحقق معها بالتبعية الهدف العام.

الأهداف الفرعية (الإجرائية):

وهي مجموعة الأهداف المطلوب تنفيذها من خلال الخطة لتحقيق الهدف لعام، وهي أهداف قصيرة المدى ومرتبطة بالهدف العام، ويجب أن يتوافر فيها عدة شروط منها:

- أن يكون الهدف الفرعي (الإجرائي) محدد وواضحاً وليس غامضاً .
- أن يكون قابلاً للقياس كمياً.
- أن يكون قابلاً للتحقيق وليس خالياً.
- أن يكون الهدف واقعي ويتفق مع قيم المجتمع.

- أن يكون له إطار زمني، بمعنى أن يكون محدداً بزمن مُعين ويتم تحديد تلك الأهداف الفرعية (الإجرائية) بناءاً على الخطوات التالية:
- الإعتماد على الآداء الماضي للإعلام التربوي.
- التنبؤ بالمستقبل.
- الإستغلال الأمثل للموارد والإمكانيات المُتاحة.
- مراعاة احتياجات الإعلام التربوي (وسائلة وأدواته وبرامجة) .
- المقارنة بأداء مجالات مماثلة لمجال الإعلام التربوي.

الأنشطة التي تحقق الأهداف (الإستراتيجيات):

- وهي مجموعة من الإجراءات التي إذا تحققت وُنفذت فإنه يتحقق معها الهدف الإجرائي.
- يجب أن تكون تلك الإجراءات (الإستراتيجيات) أو الأنشطة ممكنة التحقيق وغير مستحيلة، ويجب حذف الصعب منها حتى لو كانت أساسية في الهدف الإجرائي فيُحذف الهدف الإجرائي نفسه ، كما يجب ألا يكون النشاط مُركب بل يجب أن يكون سهل وممكن التنفيذ .

الإمكانيات المادية والبشرية ومصادرها:

وهي كل ما تحتاجة الإستراتيجية (النشاط) لتحقيقه وإتمامه سواء كانت هذه الإحتياجات مادية مثل (الدعم المالي- قاعات تدريب – أجهزة – حاسبات ...إلخ) أو بشرية (أخصائي إعلام تربوي مُدرب ومتمرس- أخصائي حاسب آلي – خبير أعلامي ...إلخ)، فيجب تحديد مصادر هذه الإمكانيات وكيفية الحصول عليها.

مؤشرات النجاح:

وهي الأدلة والشواهد التي تدل على أداء النشاط (الإستراتيجية أو الخطة) وتحقيق الهدف منه مثال: إرتفاع مستوى برامج الإعلام التربوي في وسائل الإعلام العامة أو المدارس وزيادة الإقبال عليها بما تتضمنه من محتوى تربوي وأخلاقي هادف.

إرتفاع مستوى الذوق العام بين أفراد المجتمع من خلال قياس رجع الصدى لبرامج ووسائل الإعلام التربوي.

التاريخ المتوقع للإنجاز:

وهو التاريخ المتوقع للإنتهاء من النشاط الذي يؤدي إلى تحقيق الهدف الفرعي(الإجرائي)، ومن ثم تحقيق الهدف العام.

مسئولية التنفيذ:

وهو الشخص أو مجموعة الأشخاص المسئولين عن تنفيذ النشاط، وهذا النشاط يقود إلى تحقيق الأهداف الفرعية (الإجرائية) ومن ثم تحقيق الهدف العام .[1]

11- مقومات التخطيط في مجال الإعلام التربوي:

للتخطيط في مجال الإعلام التربوي مقومات رئيسية، وهي نفس مقومات التخطيط الإعلامي وهي: البحوث والتدريب وهيئة تخطيط، وهو ما سوف نتحدث عنه فيما يلي:

- البحوث الإعلامية التربوية: وهي من أهم مقومات تخطيط الإعلام التربوي، فيجب أن يقوم التخطيط على أساس معرفة بالمجتمع من حيث "إمكانياته واحتياجاته من المواد الإعلامية التربوية ورغباته"، أي أنها تقدم المادة الأساسية للتخطيط، ويعتبر بمثابة رجع الصدى الذي يحتاج إليه المخطط لكي يضمن التطور المستمر لعملية التخطيط وفاعلية التخطيط.

  لا تقتصر البحوث الإعلامية التربوية على الرسالة الإعلامية فقط بل تتضمن الموقف الإعلامي ككل بكافة عناصره " المرسل – المستقبل- الرسالة – ووسيلة الإعلام التربوي – ومعوقات عملية الاتصال – وخصائص الجماهير- وإتجهاتهم ورغباتهم – والظروف الاجتماعية والنفسية المحيطة بالعملية الإعلامية – وعادات وأنماط التعرض لوسائل الإعلام التربوي ... وهكذا ".

  وتعتبر البحوث الإعلامية التربوية الركيزة الأولى والمنطقية لوضع الخطط في مجال الإعلام التربوي، فأساليبها ومجالاتها ومناهجها متنوعة، كما أنها كفيلة بتحديد أولويات وأهتمامات واحتياجات الجماهير التربوية والثقافية والأخلاقية، ورسم

---

[1] أحمد الجارحى : "التخطيط الاستراتيجي في ضوء معايير جودة التعليم"، مرجع سابق ، صـ117: 127 (بتصرف).

خارطة توزيع وسائل وأدوات الإعلام التربوي وكيفية وصول المضامين التربوية والثقافية والأخلاقية عبر تلك الوسائل إلى الجمهور المستقبل، وكيفية إستقبالهم لها واستفادتهم منها، وتحديد العوامل الأخرى التي تؤثر في وجدانهم وأفكارهم، والكشف عن معوقات التأثير الإعلامي، مما يساعد على فهم أوضح للعملية الإتصالية.

- التدريب: يعتبر تدريب الإعلاميين التربويين لا غنى عنه في التخطيط في مجال الإعلام التربوي، لأن كفاءة أي نظام يحكمه كفاءة وخبرة من يتولون تشغيله والقيام عليه، فالتدريب على وسائل وأدوات وبرامج الإعلام التربوي على كافة المستويات وبكافة الأشكال له أهمية كبيرة جداً، وأمر أساسي بالنسبة للتشغيل الفعال لنظم وسائل الإعلام التربوي وتطويرها.

إن تنمية موارد القوى العامل تحظى بأولوية خاصة من قبل واضعي السياسات والمخططين، وبالتالي تكون علمية التدريب عملية مستمرة باستمرار مزاولتهم للعمل خاصة في ظل التطور التكنولوجي المستمر في كل ما يتصل بالأجهزة والمعدات الإعلامية ووسائل استخدامها، ولهذا فإن التدريب يزيد من فاعلية الخدمات الإعلامية في التأثير العام، ويمكن من حسن استخدام الإمكانيات المتاحة، والإعداد الجيد المتطور للعاملين لمواجهة متطلبات التكنولوجيا الحديثة في مجال الإعلام والإتصال.

- هيئة تخطيط مركزية: يعتبر وجود هيئة تخطيط مركزية أحد المتطلبات اللازمة والضرورية لإنجاز أي خطة، فالتخطيط في مجال الإعلام التربوي يحتاج إلى جهود وخبرات كبيرة متنوعة مما يُحتم وجود هيئة تخطيط مركزية تتوفر فيها مقومات أساسية مثل "الخبرة في التخطيط والعمليات التخطيطية _ والقدرة على وضع الخطة ورسمها وأن تكون ذات صلة بالنشاط المجتمعي العام والنشاط الإعلامي وعلاقة كل منهم بالأخر ".

إن عملية تخطيط الإعلام التربوي هي عملية تنظيم ثم سياسة وخطة تربط التنظيم بالأهداف التي تُعبر عن جوهر السياسة وتحدد نطاق التحرك سواء في المستقبل القريب أو البعيد، وعند تشكيل هيئة للتخطيط في الإعلام التربوي يجب أن تمثل مختلف

الإختصاصات العملية والخبرات الفنية في حقل الإعلام والتربية والعلوم ذات الصلة بهما وبالنشاط المجتمعي والفكري والثقافي، وإعطاءها سلطة وضع الخطة في مجال الإعلام التربوي وإقرارها وتنفيذها في إطار السياسة العامة للدولة وسياسات الإعلام التربوي، وتمكينها من الحصول على المعلومات المطلوبة والضرورية لتصميم الخطة، وحق اختيار الوسائل والأساليب والكوادر البشرية التي تحتاجها الخطة في مجال الإعلام التربوي إقرار استخدامها.

12- عوامل نجاح التخطيط في مجال الإعلام التربوي:

هناك عدد من العوامل والأساليب التي تؤدي إلى نجاح عملية التخطيط في مجال الإعلام التربوي، وهي نفس العوامل التي تؤدي إلى نجاح التخطيط في أي مجال آخر بصفة عامة، ونذكر منها ما يلي:

- أن يكون التخطيط مبنياً على حاجات حقيقية لكل من التنظيم (مجال الإعلام التربوي) والعاملين فيه والمستفيدين منه (الجمهور).
- لكي ينجح التخطيط يجب أن يتضمن ثلاثة أبعاد هي: "تحديد الأهداف والإجراءات والوسائل _ الأنشطة اللازمة _ التقويم" والتي تعد الهيكل التنظيمي لأي خطة ولا يمكن فصلها عن بعضها.
- يجب أن يتلائم التخطيط مع إمكانيات التنظيم البشرية والمادية، لأنه لو تعارض التخطيط مع هذه الإمكانيات أصبح من الصعب تحقيق الأهداف المنشودة.
- يجب أن تُشارك كافة الأطراف المعنية في عملية التخطيط من رؤساء ومرؤوسين، لأنها عملية تعاونية تشاريكة يجب أن يُساهم فيها جميع أفراد المؤسسة أو المنظمة لكي تنجح.
- من عوامل نجاح التخطيط وجود قسم خاص به تكون مهمته الأساسية وضع الخطط التطويرية المستقبلية في ضوء الدراسة والبحوث التي تجرى من وقت لآخر، وذلك لأن التخطيط عملية مستمرة لا تتوقف في مرحلة بعينها.
- يجب أن تتكامل الخطط للوحدات الإدارية المختلفة داخل التنظيم الواحد

والتنظيمات المتشابهة التي يوجد بينها علاقة، بما يعني ضرورة وجود تعاون وتنسيق على جميع مستويات التخطيط وعلى اختلاف مسئوليات التنظيم المختلفة.

- لا بد من تعاون جميع مستويات التخطيط " مستوى الإدارة العليا- مستوى الإدارة الوسطى- مستوى الإدارة الدنيا" لأن كل مستوى من هذه المستويات الثلاثة يقوم بالتخطيط لإنجاز المهام المحددة له.

13- صعوبات ومشكلات التخطيط في مجال الإعلام التربوي:

يواجه التخطيط في مجال الإعلام التربوي العديد من الصعوبات والمشكلات التي تعيقه عن تحقيق أهدافه، ومن أهم هذه الصعوبات والمشكلات ما يلي:-

- عدم اشتراك الإعلاميين التربويين في وضع السياسات العامة للدولة والبرامج التي تنفذ تلك السياسات، أو في عملية التخطيط التنموي أو التخطيط الإعلامي أو في التربية والتعليم.
- قد لا يعرف المخططون للإعلام التربوي تماماً احتياجات الجماهير المستهدفة من التخطيط واتجاهاتها ورغباتها وعادتها، وذلك بسبب النقض في أبحاث الجماهير، ونقل احتياجاتها إلى مخططي الإعلام التربوي، وأحياناً لا يهتم المخططون باستخدام تلك المعلومات إن وجدت.
- هناك نقض كبير في المعلومات والبيانات والدراسات والأبحاث النظرية والعملية والتطبيقية في جوانب كثيرة متصلة بالإعلام التربوي، مثل الجوانب (الإعلامية_ التعليمية والتربوية_ الإجتماعية_ السياسية_ السكانية_الثقافية ...) مثلاً الجوانب التعليمية والتربوية والمعلومات الخاصة بها عند القيم التربوية والتعليمية ومضمونها وكيفية توصيلها للطلاب في المدارس والوسائل والأساليب التي تعمل على تحقيق ذلك، والإحتياجات المادية والفنية اللازمة، وهكذا باقي الجوانب.
- عدم وجود أهداف واضحة ومحددة متفق عليها للإعلام التربوي وكيفية تحقيقها، والوسائل اللازمة لذلك في المجتمع.
- عدم وجود جهة (منتظمة_مؤسسة_هيئة وزارة تنظيم ...) مسئولة عن الإعلام

التربوي والتخطيط له ووضع سياساته وأهدافه في المجتمع.

- ضعف أو إنعدام الإتصال والتنسيق بين الإعلاميين التربويين، والإعلاميين والتربويين من أجل التنسيق في العمل ووضع الخطط والسياسات الهادفة إلى نجاح عملهم جميعاً وتحقيق أهدافهم في المجتمع.

- ضعف الإتصال أو إنعدامه بين الإعلاميين التربويين والجماهير في المجتمع، والتي تمثل محور وهدف التخطيط للإعلام التربوي، مما يؤدي إلى وجود صعوبة في معرفة إحتياجاتهم ورغباتهم أثناء التخطيط للإعلام التربوي، فتخرج الخطط ضعيفة لا تعبر عن احتياجات أفراد المجتمع.

- إنخفاض القدرات البشرية والفنية المسئولة عن التخطيط للإعلام التربوي، ومحدودية الخبرات والممارسة العملية وضعف كفاءة المُتاح منها، سواء ما إتصل منها بإعداد الخطة ووضعها وتنفيذها على المستوى العام في المجتمع أو على مستوى الهيئة المخططة التي تتولى مهمة وضع الخطة للإعلام التربوي أو على مستوى الجهات الأدنى والجهات الأخرى ذات العلاقة بعملية التخطيط.

- مشكلات مرتبطة بضعف الوعي التخطيط والمرتبطة بضعف الإرادة والتصميم على القيام بالتخطيط وتحمل أعبائه ومسئولياته الناجمة عن ضعف الشعوب بأهمية التخطيط للإعلام التربوي من أجل تحقيق أهدافه في نشر وبث وتوصيل القيم والأهداف التربوية والأخلاقية والإجتماعية السليمة لجميع أفراد المجتمع.

- قلة أو إنعدام الموارد المتاحة للتخطيط للإعلام التربوي خاصة الموارد المالية ومن ثم عجزها عن تلبية احتياجات التخطيط وأساليب تنفيذه.

- صعوبة تقييم واختبار نتيجة تأثير وسائل الإعلام التربوي المختلفة على الجمهور مما يؤدي إلى عدم معرفة رجع الصدى ومدى تأثي الرسائل الإعلامية التربوية في المجتمع، وهو ما يفيد في التخطيط المستقبلي للإعلام التربوي.

14- أنموذج "خضر" للتخطيط في مجال الإعلام التربوي:

- يمكن أن نضع أنموذج خاص بنا لخطوات ومراحل التخطيط في مجال الإعلام التربوي، ويمكن أن يُسمى "أنموذج "خضر" للتخطيط في مجال الإعلام التربوي"

وهو معتمد على أنموذج "ملحم" للتخطيط الإستراتيجي في المؤسسات غير الربحية "مؤسسات التربية والتعليم مثلاً"، وأنموذج "الجبوري" للتخطيط الإستراتيجي في المؤسسات التعليمية، ويمكننا فيما يلي تصور الخطوات والمراحل التي يتكون منها ذلك النموذج للتخطيط في مجال الإعلام التربوي:

المرحلة الأولى : قناعة المسئولين واستعدادهم لعملية التخطيط الإستراتيجي وهذه المرحلة هامة وضرورية جداً لأن البدء في عمليات التخطيط يجب أن يتوفر له ويسبقه قناعة لدى المسئولين "الإدارة العليا" في المؤسسة أو المنظمة "الهيئة" المسئولة عن الإعلام التربوي وكل شئونه، وبقية المديرين والكوادر الوظيفية الأخرى بجدوى وأهمية وفوائد التخطيط للإعلام التربوي وتنظيمه ولا بد أن يصاحب تلك القناعة توفر الاستعداد الكامل والالتزام ببذل الجهد والابتكار والإبداع من أجل توفير كافة المستلزمات الأساسية لنجاح عملية التخطيط، ومن هنا يمكن أن تبدأ عملية التخطيط.

وهناك مجموعة من الخطوات يجب الالتزام بها في هذه المرحلة وهي:

- تشكيل فريق من الخبراء والكوادر في مجال الإعلام التربوي والمشهود لهم بالخبرة والكفاءة والنزاهة وتسميته (فريق التخطيط) ليكون داعم ومساند للإدارة العليا في كل ما يتعلق بمراحل عملية التخطيط.
- تحديد المسئوليات وتفويض الصلاحيات المناسبة لفريق التخطيط والمسئول الرئيسي عن التخطيط (المدير) في المؤسسة (المنظمة) وبقية المسئولية الذين تحددهم الإدارة العليا.
- بناء قاعدة بيانات واستكمال نظم معلومات داعمة لكل مراحل العملية التخطيطية.
- توفير المستلزمات البشرية والمادية والمالية والتقنية والتنظيمية والنفسية ... لعملية التخطيط.

المرحلة الثانية: تحديد رسالة المؤسسة (الهيئة _ المنظمة) المسئولة عن الإعلام التربوي.

- الرسالة هي تعبير عن رؤية المؤسسة، وتعتبر دستورها ودليل عمل الأفراد والأقسام

والوحدات، وحافزاً لهم.

- يجب أن تكون الرسالة واضحة وواقعية ومنسجمة مع الأهداف، وتتكيف مع طبيعة البيئة الداخلية ومرنة مع متغيرات البيئة الخارجية المحيطة بالمؤسسة، وتستطيع ترسيخ قيم ومعتقدات المؤسسة وتحدد ملامح إتجاهات العمل المرغوب في المستقبل.
- كما أن الرسالة توضح الغرض من إنشاء المؤسسة (المنظمة أو الهيئة) والهدف الرئيسي الذي تحققه، ويجب أن تكون عملية وتركز في طبيعة ونوع العمل الذي تقوم به المؤسسة حتى يستطيع كل موظف أن يعرف ويفهم دوره في تحقيق هذه الرسالة والهدف منها.
- الرسالة التي تسعى المؤسسة أو المنظمة (الهيئة) إلى تحقيقها توضح عناصر هامة منها:-
  - مستوى كفاءة ومنافسة المؤسسة (المسئولة عن الإعلام التربوي في المجتمع).
  - الفرص الخارجية والإحتياجات.
  - إلتزام العاملين بتحقق هدف المؤسسة.
  - عند تحديد رسالة المؤسسة (المنظمة أو الهيئة) المسئولة عن الإعلام التربوي في المجتمع مثلاً يجب التعرف على عوامل القوة والضعف فيها، والبرامج التي نجحت في تنفيذها ويجب أن تستمر فيها، والبرامج التي فشلت في تحقيقها حتى تبتعد عنها أو تُدخل عليها تعديلات ضرورية مناسبة لكي تنجح مرة أخرى، ويجب أيضاً إعادة النظر في رسالة المؤسسة (المنظمة) كل ثلاث أو خمس سنوات.

المرحلة الثالثة: تحليل الوضع في البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة "أين نحن الآن"؟

- البيئة الداخلية: هي مجموعة من المكونات أو العناصر ذات الصلة المباشرة بنشاطات المؤسسة أو المنظمة (الهيئة) الخاصة (المسئولة عن الإعلام التربوي) ويمكن التحكم بها والتأثير فيها بنسب متفاوتة.

- ويمكن إجراء دراسة وتحليل شامل لعناصر البيئة الداخلية لمعرفة حقيقة الوضع القائم والموقف الفعلي للمؤسسة وإمكاناتها وقدراتها، مثلاً "الهيكل التنظيمي والوظيفي _والسياسات_وقواعد العمل_وثقافة المؤسسة_والموارد البشرية_والمادية والمالية_والقيادة الإدارية_ونظم المعلومات_والبرامج الخاصة بالإعلام التربوي ووسائله وآلياته لتحقيق أهدافه" من أجل تحديد مجالات القوة لتعزيزها واستثمارها، ومجالات الضعف الداخلية ومحاولة معالجتها أو التقليل من آثارها السلبية.
- البيئة الخارجية: وهي مجموعة من المتغيرات التي تقع خارج حدود بيئة مؤسسة (منظمة أو هيئة) الإعلام التربوي ولا يمكن التحكم فيها أو التأثير عليها بحكم شموليتها، وعلى هذا فلا بد من إجراء دراسة وتحليل شامل لمتغيرات عناصر البيئة الخارجية المحيطة بمؤسسة الإعلام التربوي لفهم وتحديد المتغيرات التي لها تأثير مباشر في عمليات المؤسسة.
- ويتضمن تحليل البيئة الخارجية مراقبة المتغيرات "السياسية والإقتصادية والاجتماعية والقانونية والتقنية والتكنولوجية" التي يمكن أن تؤثر في أوضاع مؤسسة الإعلام التربوي بحيث يتم الدفاع عنها في حالة وجود تهديدات أو مخاطر خارجية أو إغتنام أي فُرص جديدة متاحة لمصلحتها.

المرحلة الرابعة: مرحلة وضع الأهداف والغايات:

- الهدف: هو تقويم أولي للمستقبل المرغوب الوصول إليه من خلال الخطة الموضوعة.
- الأهداف: هي تلك المستويات المتسهدفة المحددة والقابلة للقياس وذات حدود زمنية معينة للإنجازات المباشرة أو النتائج لتحقيق الغايات الإستراتيجية.
- الغايات: "هي أهداف شاملة تسعى المؤسسة إلى تحقيقها على المدى البعيد وتتسم بالعمومية والشمول"، إن الغايات ترسم إتجاهاً واضحاً لمستقبل المؤسسة (المنظمة أو الهيئة) بحيث تكون منسجمة مع رؤية ورسالة المؤسسة وقيمها، كما تتضمن النتائج النهائية العامة المرغوب تحقيقها على المدى البعيد.
- ويجب أن توضع الأهداف بطريقة هرمية متدرجة من الهدف العام على مستوى

المؤسسة نزولاً إلى أهداف كل إدارة أو قسم، بحيث تكون أكثر دقة وتفصيلاً.

- كما يجب ترتيب الأهداف حسب أولوياتها ومقارنتها بعضها البعض، لأن هذه الأهداف هي عبارة عن النتائج الضرورية والأساسية التي تريد منظمة (مؤسسة أو هيئة) الإعلام التربوي أن تحققها.

المرحلة الخامسة: صياغة الخطة الإستراتيجية:

- صياغة الخطة الإستراتيجية يمثل الخطوة الأولى في التحول من الإطار العام للتوجهات الإستراتيجية والتحليل الإستراتيجي البيئي لمؤسسة الإعلام التربوي إلى أدلة ذات معنى يمكن أن يهتدي بها متخذو القرار لتنفيذ الخطة بعد صياغتها وفق الأساليب العلمية المعاصرة.
- يجب أن تُصاغ الخطة الإستراتيجية على ضوء تحليل عوامل القوة والضعف في المؤسسة وإمكاناتها المتوافرة "المالية والتقنية والبشرية والإدارية و...." بالإضافة إلى التوقعات المحتمل حدوثها في البيئة الخارجية للمؤسسة في المستقبل من النواحي "السياسية _ الإقتصادية _ الإجتماعية _ القانونية _ التقنية ..."، وكيفية التعامل معها.
- يجب أن تتمتع الخطة الإستراتيجية بالمرونة الكافية لتغيير بعض أهدافها الرئيسية في حالة حدوث ظروف غير متوقعة، كما يجب أن يتم مراجعة الخطة كل سنة وتنقيحها طبقاً للمعلومات والمستجدات مما ينعكس على نجاح وفاعلية الخطة الإستراتيجية للمؤسسة.

وفيما يلي نتحدث بالتفصيل عن خطوات صياغة الخطة الإستراتيجية:-

- تحديد الوضع الحالي للمؤسسة والوضع المثالي المستهدف الوصول إليه لمعرفة الفجوة بينهما.
- إعادة النظر في الأهداف الإستراتيجية التي سبق تحديدها ومراجعتها.
- مراجعة الدراسات والتحليلات التي تمت في فترات سابقة والمستجدات التي حدثت في مستوى الأداء الحالي للمؤسسة والظروف والمواقف في البيئة المحيطة بالمؤسسة.

- تقييم البدائل الإستراتيجية ومعرفة إمكانيـة إسـتخدامها وحجـم فوائـدها تمهيـداً لإختيـار أفضل البدائل التي تحقق للمؤسسة أهدافها بنجاح.
- صياغة الخطة الإستراتيجية في شكلها المتكامل النهائي.

المرحلة السادسة: تنفيذ الخطة الإستراتيجية:

- تعد مرحلة تنفيذ الخطة من أصعب وأهم المراحـل لأنـه الجانـب المهـم في عمليـة نجـاح الخطة خاصة وأن خطوات التنفيذ متداخلـة بـشكل كبـير وتعتمـد عـلى المعلومـات التـي يوفرها العاملون في مختلف المستويات الإدارية للمؤسسة.
- إن تنفيذ الخطة الإستراتيجية هو ثمرة حقيقيـة لجهـود علميـة قيمـة متواصـلة ومـشتركة، توصلت إلى صياغة خطة إستراتيجية مُناسبة قابلة للتنفيذ على أرض الواقع.
- يتطلب تنفيذ الخطة إشتراك أكبر عدد ممكن من المديرين والمشرفين والعاملين في مختلـف المستويات الإدارية في المؤسسة (المنظمـة أو الهيئـة) الخاصـة بـالإعلام التربـوي، لأن هـذا سوف ينعكس على مستوى التنفيذ ويُقلـل مـن مقاومـة أو رفـض تنفيـذ الخطـة، كـما أن الكفاءة الإدارية للقائد والثقافة التنظيمية للمؤسسة وجهازها الإداري لها دور كبير وهـام في نجاح الخطة الإستراتيجية الموضوعة.

ومن أجل تنفيذ الخطة هناك عدد من المراحل لا بد أن تتم، وذلك كما يلي:

- مراجعة علمية للإطار العام لوضع الخطة الإستراتيجية.
- مراجعة ثقافة المؤسسة وتهيئتها لتنفيذ الخطة.
- تهيئة بيئة مناسبة لتنفيذ الخطة.
- إختبار الأهداف الإستراتيجية وتهيئة مستلزمات تنفيذها.
- تحديد المسئولين عن تنفيذ الخطة.
- إعداد البرنامج الزمني للتنفيذ.
- مـن أهـم وسـائل تنفيـذ الخطـة "الإقنـاع _الـسياسات _الـبرامج _القواعـد _الإجـراءات _الموازنات".

المرحلة السابعة: رقابة وتقويم الخطة الإستراتيجية:

- إن رقابة وتقويم مستوى تنفيذ الخطة الخطوة الأخيرة من خطوات التخطيط الإستراتيجي، وهي خطوة هامة تُعطي المسئولين والإدارة التنفيذية معلومات دقيقة عن مدى نجاح الخطة في تحقيق أهداف المؤسسة والمشكلات التي اعترضت التنفيذ، والمجالات التي تحتاج إلى اهتمام أكبر في التنفيذ.
- تهدف الرقابة أثناء تنفيذ الخطة إلى مراقبة مستوى التنفيذ خطوة بخطوة وتنبيه الإدارة في حالة وجود معوقات أو انحرافات عن تحقيق الأهداف المنشودة، مما يتطلب اتخاذ الإجراءات الضرورية لإيجاد الحلول لتلك المشكلات التي قد تؤدي إلى إعادة النظر في وضع بعض الأهداف أو إدخال التعديلات الضرورية على الخطة لضمان استمرار تنفيذها وفي إطارها الزمني المحدد.
- ومن أجل إجراء عملية الرقابة على المستوى الكلي للمؤسسة "يجب مراجعة الأسس المعتمدة في الخطة الإستراتيجية وقياس الآداء المؤسسي_ وإتخاذ الإجراءات التصحيحية "
- أما التقويم فإنه يُساعد على معرفة مستوى النجاح الذي تم تحقيقه بعد تنفيذ الخطة، وذلك بمقارنة مستوى التنفيذ مع ما هو مرسوم في الخطة والتعرف على المعوقات والمشكلات التي تواجه المنظمة أثناء تنفيذ الخطة من أجل تجنبها في المستقبل.

مراحل أنموذج "خضر" في التخطيط الإستراتيجي في المؤسسات المعنية بالإعلام التربوي:

قناعة المسئولين واستعدادهم لعملية التخطيط الإستراتيجي

تحديد رسالة المؤسسة المسئولة عن الإعلام التربوي

تحليل الوضع في البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة (مسح البيئة)

- تحليل البيئة الداخلية للمؤسسة
- تحليل عوامل القوة والضعف.
- إمكانيات المؤسسة المادية والبشرية والإدارية والتنظيمية والتكنولوجية.

- تحليل البيئة الخارجية المحيطة بالمؤسسة.
- تحديد الفرص المتاحة والتهديدات المحتملة.
- تحليل العوامل الاقتصادية والسياسية والقانونية والتقنية والاجتماعية

وضع الأهداف والغايات

صياغة الخطة الإستراتيجية

تنفيذ الخطة الإستراتيجية

رقابة وتقويم الخطة الإستراتيجية

أتمنى أن أكون قد وفقت في وضع نموذج للتخطيط المستقبلي في مجال الإعلام التربوي، يسهم قدر الإمكان في إضافة ما يُساعد على وضع الأسس في بناء نظام سليم للإعلام التربوي، يفيد المجال والعاملين فيه والمهتمين به وطلابه والمجتمع المصري الحبيب بصورة عامة.

والله ولي التوفيق ..

الخاتمة:

لا يسعني في نهاية هذا الكتاب إلا أن أحمد اللـه وحده لا شريك له حمداً مباركاً طيباً عـلى نعمـه التي أنعم بها علي، وأتمنى أن يكون عملي صالحاً متقبلاً منه سبحانه وتعالى.

أتمنى أن أكون قد وفقت في هذا الكتاب الذي أخذ مني جهداً كبيراً جداً ووقتاً طويلاً لإنجازه، طالما أحببت أن يكون لي إضافة في مجال الإعلام التربوي الـذي أنتمـي إليـه وأحبـه وأفتخـر بـإنتمائي لـه، تخيلت من خلال هذا الكتاب أننـي قـدمت عمـلاً جديـداً مفيـداً لهـذا المجـال ولكـل المهتمـين بـه والمنتمين إليه وطلابه، وأرجو من اللـه أن أكون قد وفقت في هذا العمل.

الإعلام التربوي مجال جديد يحتاج إلى سياسات وخطط يـسير عليهـا لـكي تنظمـه وتوضـح أهدافـه بدقة، وطرق تحقيقها والوصول إليها، ولهذا فلقد حاولت جاهدة أن أرتـب هـذا الكتـاب وأن أضـع سياسة ومنهج للإعلام التربوي يسير عليها في تحقيق أهدافه ووظائفه في المجتمع، وتساعده عـلى أن يكون مجالاً منظماً يسير بخطى سليمة ثابتة لها أساس تستند إليه.

كما حاولت أن أضع تخطيطاً علمياً سـليماً للإعـلام التربـوي يـستطيع مـن خلالـه تحقيـق سياسـاته وفلسفته وأهدافه في المجتمع، من خلال خطة عملية سـليمة واضـحة ومحـددة لهـا أسـاس علمـي تستند إليه.

وعلى هذا فلقد تحدثت في هذا الكتاب عن سياسات التربية والتعليم وسياسـات الإعـلام والإتـصال، وتخطيط التربية والتعليم وتخطيط الإعلام والإتصال لكي يكونوا أساس أستند إليـه في وضـع سياسـة وخطة واضحة للإعلام التربوي، فالإعلام التربوي منبثـق عـن التعـاون المـشترك بـين الإعـلام والتربيـة وجذوره وأصوله تعود إلى هاذين المجالين لذا فإن سياساته وخططـه لا بـد مـن أن تـستند وتعتمـد عليها وتشتق منها وتراعيها عند وضعها.

إن أي مهتم أو باحث أو دارس في مجال الإعلام التربوي لن يستطيع فهم سياسـاته وخططـه بـدون أن يفهم ويعي جيداً سياسات وتخطيط الإعلام والإتصال والتربية والتعليم، لهـذا تطرقـت للحـديث عنهما في هذا الكتاب لكي يكون الأساس الذي تشتق منه سياسات وخطـط الإعـلام التربـوي، وتُبنـى على أساسهما.

اخيراً أعتذر عن أي خطأ أو سهو في هذا الكتاب، فالكمال لله وحده، وأتمنى أن يُمثل إضافة لمجال الإعلام التربوي يستفيد منه كل طالب علم وكل مهتم أو منتمي إلى هذا المجال، وأن يكون هذا العمل في ميزان حسناتي.

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على سيد الخلق سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم وأصحابه أجمعين.

المراجع:

1. إبـراهيم إمـام: "الإعـلام والاتـصال بـالجماهير"، القـاهرة: مكتبـة الأنجلـو المـصرية_ ط1_ 1969م).
2. إبراهيم عصمت مطاوع وأمينة أحمد حسن: "الأصـول الإداريـة للتربيـة"، (القـاهرة _ دار المعارف_ ط1_ 1980م).
3. إبراهيم علي ملحم:" إدارة المنظمات غير الربحية – الأسس النظرية وتطبيقاتها"، (المملكة العربية السعودية – الرياض – مطابع جامعة الملك سعود – 2004 م).
4. أحمد إسماعيل حجي: "نظام التعليم في مصر_ دراسة مقارنة"، (دار النهضة العربية للنـشر والتوزيع_ القاهرة_ 1987م).
5. أحمد الجارحي: "التخطيط الإستراتيجي في ضوء معايير جودة التعليم" (القـاهرة_ مؤسـسة حورس الدولية_ط1_2013م).
6. أسامة صـادق: "المبـادئ العلميـة لـلإدارة العامـة"، (القـاهرة_ مكتبـة عـين شـمس_ ط1_ 1989م).
7. أسـامة محمـد عـلي :" التخطـيط الإسـتراتيجي وجـودة التعلـيم وإعـتمادة " ، (دار العلـم والإيمان للنشر والتوزيع – دسوق – ط2- 2010م).
8. إسماعيل عبدالفتاح عبدالكافي: "السياسات الإعلامية في مصر والعـالم العـربي"، (القـاهرة_ دار هبة النيل العربية للنشر والتوزيع، 2010م).
9. إسماعيل عبدالفتاح: "تحديات الإعلام التربوي العربي" (القاهره - العربى للنـشر والتوزيـع - 2010).
10. جميل أحمد توفيق: "إدارة الأعمال"، (بيروت_ دار النهضة العربية_1978م).
11. حـسين الجبـوري :" التخطـيط الإسـتراتيجي في التعلـيم – تخطـيط إسـتراتيجي في عـالم متجدد"، (لبنان – الدار العربية للعلوم ناشرون – ط1 – 2010م).
12. خالد محمد الزواوي: "الجودة الشاملة في التعليم – وأسواق العمل في الوطن العـربي"، (مجموعة النيل العربية للنشروالتوزيع- القاهرة – ط1 – 2003م).

13. رشاد أحمد عبداللطيف: "تنمية المجتمع وقضايا الإعلام التربوي" مؤشرات التنمية بين التطورات النظرية والممارسة المدانية "، (القاهرة- دار المعرفة الجامعية – ط1- 1995م).
14. سعيد إسماعيل علي : "رؤية سياسية للتعليم " ، (عالم الكتب – القاهرة – 1999م).
15. سعيد إسماعيل علي : "سياسة التعليم في مصر"، "عالم الكتب – القاهرة – 1996م).
16. سمره كامل محمد: "التخطيط الاجتماعي_ مدخل إلى القرن الواحد والعشرون"، (الإسكندرية_ المكتب الجامعي الحديث _ 1998م).
17. صبحي جبر العُتيبي :" تطور الفكر والأساليب في الإدارة "، (عمان الأردن – دار الحامد للنشر والتوزيع- ط1- 2005م).
18. عاطف عدلي العبد: "نظريات الإعلام والرأي العام_ الأسس العلمية والتطبيقات العربية"، (دار الفكر العربي_ ط1 _ 2002م).
19. عبدالجواد بكر : " السياسات التعلمية وصُنع القرار، الاسكندرية- دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ـ ط 1 ـ 2002م).
20. عبدالغني النوري : " صراع الخطط التعليمية ومراحل إعداد الخطة" ، (مجلة التربية ـ العدد 3 ـ قطر ـ 1996م).
21. عدلي سيد محمد رضا وعاطف عدلي العبد عبيد: "إدارة المؤسسات الإعلامية الأسس النظرية والنماذج التطبيقية"، (دار الفكر العربي_ القاهرة_ 2002م).
22. عزيزة عبده :" الإعلام السياسي والرأي العام – دراسة في ترتيب الأولويات"، (دار الفجر للنشر والتوزيع- القاهرة – 2004 م).
23. علي السلمي: "التخطيط والمتابعة"، (القاهرة_ دار غريب للطباعة والنشر _ط1_1995م).
24. علي محمد منصور: "مبادئ الإدارة: أسس ومفاهيم"، (القاهرة_ مجموعة النيل العربية، ط1، 1999م).

25. فاروق أبوزيد: "الإعلام والسلطة_ إعلام السلطة وسلطة الإعلام "، (القاهرة_ عالم الكتب_ ط1_2007م).

26. فاروق عبده فليفه: "اقتصاديات التعليم: مبادئ راسخة واتجاهات حديثة"، (عمان_ الأردن_ دار المسيرة للنشر والتوزيع_ ط3_ 2012م).

27. فليح حسن خلف :" إقتصاديات التعليم وتخطيط " ، (عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع إربد- الأردن – ط1 – 2007م).

28. كمال حسني بيومي : "تحليل السياسات التربوية وتخطيط التعليم-المفاهيم والمداخل والتطبيقات " ، (دار الفكر للنشر والتوزيع- القاهرة – ط1- 2009 م) .

29. ليلى عبدالمجيد: " تشريعات الإعلام في مصر_ دراسة حالة "مصر" "، (العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2001م).

30. مجد الهاشمي : "الإعلام الدبلوماسي والسياسي"، (عمان_ الأردن_ دار أسامة للنشر والتوزيع_ ط1_ 2011م).

31. محمد سيف الدين فهمي: " التخطيط التعليمي –أسسة وأساليبة ومشكلاته "، (مكتبة الأنجللو المصرية ـ القاهرة ـ ط 7ـ 2000م)

32. محمد عبدالله عبدالرحيم:" العلاقات العامة "، (القاهرة – مطبعة جامعة القاهرة – 1989م).

33. محمد متولي غنيمة:" التخطيط التربوي " ، (دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة – عمان – الأردن – ط3- 2012م).

34. محمد محمود الحيلة :" تصميم التعليم – نظرية وممارسة " ، (عمان – الأردن – دار المسيرة للنشر والتوزيع ، ط5- 2012م).

35. محمود عباس عابدين :" قضايا تخطيط التعليم وإقتصادياته بين العالمية والمحلية " ، (القاهرة – الدار المصرية اللبنانية – ط1 – 2003م).

36. مصطفى حجاج: " الإعلام المصري والألفية الثالثة" "، (القاهرة_ وزارة الإعلام_ 1999م).

37. مصطفى رجب: " الإعلام التربوي في مصر- واقعه ومـشكلاته" (الهيئـة المـصرية العامـة للكتاب- ط1- 1989م)

38. منير عبدالـلـه إبـراهيم حـربي:" سياسـة التعلـيم الجـامعي وعلاقتهـا بمتطلبـات سـوق العمالة -دراسة ميدانية لخريجي جامعة طنطا وإحتياجات سـوق العمـل بقطـاع النـسيج بمحافظة الغربية "، (رسالة دكتوراة – كلية التربية – جامعة طنطا – 1988م).

39. يوسف محمد: "التخطيط الإستراتيجي في الإعـلام الجماهـيري _ آثـار الاتـصال وأدواتـه الإلكترونية على الأمن المجتمعي"، (القاهرة_ دار الكتاب الحديث_ ط1_2013م).

40. min trop heinrich& others, school improvement plans in schools on probation : A comparative content analysis across education al administration quarterly, 2002, val – 37. NQ. 2, P. 198.

41. schiechty, p.c, inventing better schools: an action plan for educational reform. San Francisco, ca : Jassey – Bass. 1997. P 61.

هذا الكتاب

يتحدث هذا الكتاب عن مجال الاعلام التربوى وسياساته وتخطيطه ، حيث قامت المؤلفة بوضع تصور مقترح لسياسة الاعلام التربوى بالاستناد الى سياسة الاعلام والاتصال وسياسة التربية والتعليم باعتبارهما الاساس الذى يتم الاستناد إليه عند وضع سياسة للإعلام التربوى .

كما يتحدث الكتاب عن كيفية التخطيط العلمى السليم لمجال الاعلام التربوى فى ضوء الاستناد إلى معانى ومفاهيم التخطيط بصفة عامة والتخطيط فى مجال الاعلام والاتصال ، والتخطيط فى مجال التربية والتعليم باعتبارهم الاساس الذى يبنى عليه التخطيط فى مجال الاعلام التربوى ، وقد قامت المؤلفة بوضع نموذج خاص" نموذج خضر" للتخطيط فى مجال الاعلام التربوى ، الذى يعد من أهم المجالات التى تساهم فى تحقيق تماسك المجتمع وتقدمه.

والله ولى التوفيق،،

الناشر
عبدالحي أحمد فؤاد

ISBN 978-977-358-359-0
9 789773 583590

دار الفجر للنشر والتوزيع
4 شارع هاشم الأشقر - النزهة الجديدة - القاهرة
تليفون : 26246252 فاكس : 26246265
www.daralfajr.com info@daralfajr.com